

ECONOMICS OF VICES AND VIRTUES

2015

ЭКОНОМИКА
ПОРОКОВ И
ДОБРОДЕТЕЛЕЙ



ЭКОНОМИКА ПОРОКОВ И ДОБРОДЕТЕЛЕЙ

Программа конференции и тезисы

Центр исследований экономической культуры СПбГУ
при участии МЦСЭИ «Леонтьевский Центр»

15-16 мая 2015 г., Санкт-Петербург



Smolny

Санкт-Петербургский
государственный университет
Vlad College

Факультет
свободных
искусств и наук



ЦЕНТР ИССЛЕДОВАНИЙ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ



АВТОНОМНАЯ
НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ
МЦСЭИ «ЛЕОНТЬЕВСКИЙ ЦЕНТР»

Содержание

| | |
|--|----|
| Программа конференции | 8 |
| Алкоголь и аборигенные сообщества в колониальной Северной Америке: экономический и социо-культурный аспект / Акимов Юрий Германович | 20 |
| Экономические потери в результате преждевременной смерти: болезни и пороки / Бойцов Сергей Анатольевич, Самородская Ирина Владимировна, Ватолина Мария Александровна, Третьяков Валерий Вячеславович | 22 |
| Винные доходы Российской Империи: влияние прагматизма влияние прагматизма и нравственности / Воробьев Андрей Станиславович | 24 |
| Пьющие 70-е. Алкогольные напитки в самиздатской литературе / Гладких Николай Владимирович, Кузовкин Геннадий Валерьевич, Кирзюк Анна Андреевна | 25 |
| Значение понятия «естественный закон» для формирования модели поведения потребителя и понимания добродетелей и зависимостей / Голубев Константин Иванович | 27 |
| Оправдание Лени Казимиром Малевичем / Гущина Вера Николаевна | 29 |
| Экономизм как порок / Донских Олег Альбертович | 31 |
| Столкновение экономических культур на примере производства крепких спиртных напитков в России / Дубянский Александр Николаевич | 32 |
| Женское курение: привычка или порок? / Зиневич Ольга Владимировна | 34 |
| Ипостаси пороков и добродетелей / Зорин Никита Александрович | 36 |
| Искушение информацией. Амбивалентность экзистенции человека информационной эпохи / Игнатьев Владимир Игоревич | 38 |
| Может ли языковая политика быть добродетельной или порочной? / Кадочников Денис Валентинович | 40 |
| «Все ромеи были абсолютно пьяны»: некоторые аспекты военной службы в X–XI вв. / Капсалькова Карина Рамазановна | 42 |
| Бинарность человека по Б. Мандевиллю в эволюции экономики порока и добродетели с позиций фрактального кроссдисциплинарного синтеза / Колесникова Людмила Арнольдовна, Митясова Екатерина Александровна | 44 |
| Экономика добродетелей и пороков как история и типология обмена / Королев Александр Валерьевич | 46 |
| Практики потребления алкоголя и их связь с социальной структурой в современной России / Котельникова Зоя Владиславовна | 48 |
| Дает ли статистика производства и потребления алкоголя в России ответ на вопрос об эффективности государственной антиалкогольной политики / Кратко Ирина Геннадиевна | 50 |
| «Милицейская норма»: практики потребления алкоголя в номенклатурной провинциальной среде в первое послевоенное десятилетие / Лейбович Олег Леонидович | 51 |
| Баня, веник и что-то к пиву (материалы к анализу культурных практик замедления) / Лишаев Сергей Александрович | 53 |
| Роберт Бёрнс: кумир или жертва советского культурнопитейского эксперимента? (К вопросу о проалкогольных тенденциях в восприятии поэзии Бёрнса в советское время) / Ловчев Владимир Михайлович | 55 |
| Библия о потреблении алкоголя / Лукин Сергей Владимирович | 57 |
| «Зеленый образ жизни»: цель или средство выживания? / Лукичёв Павел Михайлович | 59 |

| | |
|---|-----|
| Маркетинг впечатлений / Лукичева Татьяна Алексеевна | 61 |
| Правовое регламентирование азартных игр в средневековой Кастилии / Марей Александр Владимирович | 63 |
| Алкоголь в «Богатстве народов» Адама Смита / Марков Максим Владимирович | 64 |
| Крафтовая революция в мире и ее последствия для России / Мартынов Кирилл Константинович | 65 |
| Конкуренция — добродетель или порок? / Мельников Владимир Васильевич | 67 |
| Экономика семиотики как экономика пороков и добродетелей эпохи постмодерна / Мойсейчик Галина Ивановна | 68 |
| Мир без алкоголя? / Немцов Александр Викентьевич | 70 |
| Эволюционные и антропологические основания пороков и добродетелей современного человека / Николаева Елена Ивановна | 72 |
| Спорт: добродетель или порок? / Нуреев Рустем Махматович, Маркин Евгений Валерьевич | 74 |
| Зеленая экономика: от эгоизма к стимулированию экономического развития / Одинг Нина Юрьевна | 76 |
| Применение социологической теории для объяснения и контроля «проблемного» потребления алкоголя / Одинокова Вероника Александровна | 78 |
| Динамика экономических неравенств в потреблении алкоголя: от 1990-х к 2000-м гг. / Озерова Ольга Владимировна | 80 |
| Как возможна энотерапия экономики? / Погребняк Александр Анатольевич | 82 |
| Влияет ли антиалкогольная реформа на потребление и покупки домашнего алкоголя в России? / Радаев Вадим Валерьевич | 84 |
| Терруар и социум: Бордо, Шампань, Кубань? / Расков Василий Евгеньевич | 86 |
| Инвестиционная близорукость как фактор негативных инвестиций в капитал здоровья / Розмаинский Иван Вадимович | 87 |
| Употребление алкогольных напитков в современной России: факторы спроса и модели потребления / Рощина Яна Михайловна | 89 |
| Экономика пороков и добродетелей: философско-хозяйственный контекст / Румянцев Михаил Алексеевич | 90 |
| Спрос на рынке сексуальных услуг: что мы знаем о клиентах? / Русакова Майя Михайловна, Одинокова Вероника Александровна | 93 |
| Азарт, предприимчивость и экзистенция / Секацкий Александр Куприянович | 95 |
| Влияние политики ограничения ночной продажи крепкого алкоголя на потребление и злоупотребление алкоголем в России / Скоробогатов Александр Сергеевич | 97 |
| «Харьковская таможня просит привлечь к ответственности гражданина ... у коего конфискованы 3 пары чулок»: к вопросу о потребительских привязанностях жителей Харькова в 1920-е годы / Скубий Ирина Владимировна | 98 |
| Экономический аспект современного понимания добродетелей и пороков / Соснило Андрей Игоревич | 100 |
| Экономика городских соблазнов: акторно-сетевой анализ / Тарабанов Арсений Эдмундович | 103 |

| | |
|--|-----|
| Дикари, цивилизация и алкоголь: от античности до Нового времени / Сурен Арменович Тахтаджян | 104 |
| Экономика желаний: «ящик Пандоры» эпохи глобализации / Толстокорова Алиса Валерьевна | 106 |
| Конфликтные аспекты развития благотворительности в России / Тульчинский Григорий Львович | 108 |
| Богатство как достаток, излишек и роскошь / Ушанков Вячеслав Анатольевич | 110 |
| Экономика люмпен-интеллектуала: вино и опиум, деньги и кредиты в жизни и творчестве Шарля Бодлера / Фокин Сергей Леонидович | 112 |
| Алкоголь в Российской Империи (1820–1917) / Хаустова Екатерина Владимировна | 114 |
| Детский брендинг: маркетинговая технология или социально опасный инструмент? / Цой Марина Евгеньевна, Щёколдин Владислав Юрьевич | 116 |
| Забота о престарелых родителях: семейное обеспечение заботы в России / Цыплакова Дарья | 118 |
| «Бар в Фоли-Бержер» Эдуарда Мане. Метафора «опьяняющая жизнь» в искусстве индустриальной эпохи / Чернышева Мария Александровна | 119 |
| Homo possible в экономическом пространстве общества потребления / Шипунова Татьяна Владимировна | 121 |
| Роль моральных факторов в экономической теории / Шишкин Михаил Владиславович | 123 |
| Стремление к личной выгоде как добродетель: легитимизация homo Economicus в ранней политической экономии / Шишкина Татьяна Михайловна | 124 |
| Доверие — добродетель или порок? / Шмаков Александр Викторович | 126 |
| Принцип невзаимности / Herland Michel | 128 |
| Переосмысливая неоконченную историю сексуальности Мишеля Фуко: исповедание грехов / Samuli Hurri | 129 |
| Прочность алкогольной политики в России: экономическая оценка / Jim Leitzel | 130 |
| Экономика Той: экономика празднования в Кыргызстане / Akylai Muktarbek kyzy | 131 |
| Регулирование алкогольного рынка Кыргызстана / Gulnara Nurieva | 133 |
| Как налоги и торговля сформировали наш вкус: торговля вином в Англии и Франции XIX века / John Nye | 134 |
| Влияние исторических событий на пивную отрасль Бельгии / Eline Poelmans | 135 |
| Влияние климатических изменений на европейский винный рынок / Karl Storchmann | 136 |
| Адам Смит и алчность как чувство / John Taylor | 137 |
| Номинальное запрещение алкоголя в Миссисипи (1908–1966) / Richard White | 138 |
| Информация о конференции | 140 |

Contents

| | |
|--|----|
| Conference Program | 14 |
| Alcohol and Natives in Colonial North America: Economy and Culture / Yury Akimov | 20 |
| Economic Losses Due to Premature Death: Diseases and Defects / Sergei Boitsov, Irina Samorodskaya, Mariya Vatulina, Valerii Tret'yakov | 22 |
| Wine Revenues of the Russian Empire: Influence of Pragmatism and Morality / Andrei Vorob'ev | 24 |
| Boozing 70s. Alcoholic Beverages in Samizdat Literature / Nikolay Gladkikh, Gennadij Kuzovkin, Anna Kirzjuk | 25 |
| The Role of the Concept of "Natural Law" in the Formation of a Model of Consumer Behavior and Understanding of the Virtues and Dependencies Konstantin Golubev | 27 |
| Justification of Laziness by Kazimir Malevich / Vera Gushchina | 29 |
| Economism as a Vice / Oleg Donskikh | 31 |
| The Clash of Economic Cultures in the Production of Alcoholic Beverages in Russia / Aleksandr Dubyanskii | 32 |
| Female Smoking: a Habit or a Vice? / Olga Zinevich | 34 |
| Forms of Vices and Virtues / Nikita Zorin | 36 |
| Information's Temptation. Ambivalent Existence Information Age's Human / Vladimir Ignatiev | 38 |
| Can a Language Policy be Virtuous or Vicious? / Denis Kadochnikov | 40 |
| "All the Romans Were Drunk Absolutely": Some Aspects of Military Service in the X–XI C. / Karina Kapsalykova | 42 |
| Binaries of Humans According to Bernard Mandeville in the Evolution of Economy of Vice and Virtue from the Standpoint of Fractal Cross-Disciplinary Synthesis / Ludmila Kolesnikova, Ekaterina Mityasova | 44 |
| The Economy of Virtue and Vice as a History and Typology of Exchange / Aleksandr Korolev | 46 |
| Alcohol Drinking Patterns and Social Structure in Contemporary Russia / Zoya Kotelnikova | 48 |
| Does Statistic on Production and Consumption of Alcohol in Russia Give the Answer About the Effectiveness of the Government's Anti-alcohol Policy? / Irina Kratko | 50 |
| "Militia Portion": the Practice of Alcohol Consumption in the Nomenclature of the Provincial Milieu in the First Postwar Decade / Oleg Leibovich | 51 |
| Baths, Bath Besom and Some Snacks With Beer (Materials to the Analysis of Cultural Practices Deceleration) / Sergey Lishaev | 53 |
| Robert Burns: Idol or Victims of the Soviet Alcohol Experiment? (The Question of Alcoholic Tendencies in Perception Burns Poetry in Soviet Times) / Vladimir Lovchev | 55 |
| The Bible on Alcohol Consumption / Sergei Lukin | 57 |
| "Green Lifestyle": an Aim or a Means of Survival? / Lukichev Pavel | 59 |
| Experiential Marketing / Tatiana Lukicheva | 61 |
| Legal Regulation of Gambling in Medieval Castile / Aleksandr Marei | 63 |
| Alcohol in the Adam Smith's "Wealth of Nations" / Maxim Markov | 64 |
| Craft Revolution in the World and Its Implications for Russia / Kirill Martynov | 65 |
| Is Competition a Virtue or a Vice? / Vladimir Mel'nikov | 67 |

| | |
|--|-----|
| Semiotical Economics as Postmodern Branch of Economics of Vices and Virtues / Halina Maisachyk | 68 |
| A World Without Alcohol? / Aleksandr Nemtsov | 70 |
| Evolutional and Anthropological Basis of the Modern Human Being's Vice and Virtue / Elena Nikolaeva | 72 |
| Sports: Virtue or Vice? / Rustem Nureev, Evgeny Markin | 74 |
| Green Economy: From Selfishness to Stimulation of the Economic Development / Nina Oding | 76 |
| Application of Sociological Theory for an Explanation and Control of "Problem" Alcohol Consumption / Veronika Odinkova | 78 |
| Dynamics of Economic Inequality in Alcohol Consumption: 1990-s to 2000-s. / Olga Ozerova | 80 |
| How is Enotherapy of Economy Possible? / Aleksandr Pogrebnyak | 82 |
| Impact of a New Alcohol Policy on Homemade Alcohol Consumption and Sales in Russia / Vadim Radaev | 84 |
| Terroir and Society: Bordeaux, Champagne, Kuban? / Vasilii Raskov | 86 |
| Investor Myopia as the Factor of Negative Investment in Health Capital / Ivan Rozmainsky | 87 |
| Alcoholic Beverages Use in Modern Russia: Factors of Demand and Consumption Patterns / Yana Roshchina | 89 |
| Economy of Vices and Virtues: the Philosophy-Economic Context / Mikhail Rumyantsev | 90 |
| Demand on the Sex Market: What Do We Know About the Clients? / Maia Rusakova, Veronika Odinkova | 93 |
| Passion, Entrepreneurial Spirit and Existence / Aleksandr Sekatskii | 95 |
| Influence of the Policy of Restriction on Night Sales of Alcohol on Alcohol Consumption and Abuse in Russia / Aleksandr Skorobogatov | 97 |
| "Kharkiv Customs Requests to Bring to the Justice a Citizen ... Whose Three Pairs of Stockings Were Confiscated": to the Question of Consumer Affections of the Residents of Kharkiv in 1920s / Iryna Skubii | 98 |
| The Economic Aspect of Contemporary Understanding of Vices and Virtues / Andrei Sosnilo | 100 |
| Economy of Urban Temptations: Actor-Network Analysis / Arseny Tarabanov | 103 |
| Barbarians, Civilization, and Alcohol: From Classical Antiquity to the New Age / Souren Takhtajan | 104 |
| Desire Economy: A "Pandora Box" of Globalization Era / Alisa Tolstokorova | 106 |
| Conflict Aspects of Philanthropy in Russia / Grigorij Tul'chinskij | 108 |
| Wealth as Sufficiency, Surplus and Luxury / Vyacheslav Ushankov | 110 |
| Economy of Lumpen-intellectual: Wine and Opium, Money and Credits in the Life and Work of Charles Baudelaire / Sergei Fokin | 112 |
| Alcohol in Late Imperial Russia (1820–1917) / Ekaterina Khaustova | 114 |
| Children's Branding: Marketing Technology or Socially Dangerous Tools? / Tsoi Marina, Schekoldin Vladislav | 116 |
| Taking Care of Elderly Parents: Family Provision of Care in Russia / Daria Tsyplakova | 118 |
| Manet's A Bar at the Folies-Bergère. "Intoxicating Life" as a Metaphor in the Art of the Industrial Era / Maria Chernysheva | 119 |
| Homo Possible in the Economic Space of the Consumer Society / Tat'yana Shipunova | 121 |
| Morality in Economics / Mikhail Shishkin | 123 |
| The Pursuit to Personal Enrichment as a Virtue: Legitimization of Homo Economicus in Early Political Economy / Tatiana Shishkina | 124 |

| | |
|---|-----|
| Trust — The Virtues or Vices? / Aleksandr Shmakov | 126 |
| The Non-reciprocity Principle / Herland Michel | 128 |
| Revisiting Michel Foucault's Uncompleted History of Sexuality: Confession of Sins / Samuli Hurri | 129 |
| Robust Alcohol Policy in Russia / Jim Leitzel | 130 |
| Toi Economy: Economics of Festivity in Kyrgyzstan / Akylai Muktarbek kyzy | 131 |
| Alcohol market regulation in Kyrgyzstan / Gulnara Nurieva | 133 |
| How Taxes and Trade Shaped Our Tastes: the Wine Trade in Nineteenth Century Britain and France / John Nye | 134 |
| The Effect of Historical Events on the Brewing of Beer Throughout Time: Case Study Belgium / Eline Poelmans | 135 |
| The Impact of Climate Change on the European Wine Market / Karl Storchmann | 136 |
| Adam Smith and Greed as a Sentiment / John Taylor | 137 |
| "In Name Only" Alcohol Prohibition in Mississippi (1908–1966) / Richard White | 138 |
| Call for papers | 140 |

15 мая 2015 г., пятница

- 9:30–10:00** Открытие конференции (ауд. 152)
Кудрин Алексей Леонидович, Декан Факультета свободных искусств и наук СПбГУ
Расков Данила Евгеньевич, руководитель Центра исследований экономической культуры СПбГУ
«Экономика пороков и нейтральность экономики»
- 10:00–11:30** УТРЕННЯЯ СЕССИЯ.
Ведущий — **Расков Д. Е.**
Джим Лайтцел, Университет Чикаго, США
«Экономическая оценка прочности алкогольной политики в России»
Радаев Вадим Валерьевич, НИУ ВШЭ (Москва), Россия
«Влияет ли антиалкогольная реформа на потребление и покупки домашнего алкоголя в России?»
- 11:30–12:00** КОФЕ-БРЕЙК
- 12:00–14:00** ПАРАЛЛЕЛЬНЫЕ СЕССИИ 1
- 1А. Алкогольная политика и последствия потребления алкоголя**
Ведущий — **Немцов А. В.**
Бойцов С. А., Самородская И. В., Ватолина М. А., Третьяков В. В., ФГБУ
«Государственный научно-исследовательский центр профилактической медицины Минздрава России», ООО «Рейтинговое агентство “РИА Рейтинг”», Москва, Россия
«Экономические потери в результате преждевременной смерти: болезни и пороки»
Кратко Ирина Геннадиевна, НИУ ВШЭ (Москва), Россия
«Дает ли статистика производства и потребления алкоголя в России ответ на вопрос об эффективности государственной антиалкогольной политики?»
Скоробогатов Александр Сергеевич, НИУ ВШЭ (Санкт-Петербург), Россия
«Влияние политики ограничения ночной продажи крепкого алкоголя на потребление и злоупотребление алкоголем в России»
Ричард Уайт, University of Alabama in Huntsville, USA
«Номинальное запрещение алкоголя в Миссисипи (1908–1966)»
Гульнара Нуриева, Американский университет в Центральной Азии, Бишкек, Кыргызстан
«Алкогольная политика в Кыргызстане»
- 1В. Философско-религиозный аспект экономики пороков и добродетелей**
Ведущий — **Румянцев М. А.**
Голубев Константин Иванович, Белорусский государственный экономический университет, Минск, Беларусь
«Значение понятия “естественный закон” для формирования модели поведения потребителя и понимания добродетелей и зависимостей»
Лукин Сергей Владимирович, Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь
«Библия о потреблении алкоголя»
Румянцев Михаил Алексеевич, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Экономика пороков и добродетелей: философско-хозяйственный контекст»

Мойсейчик Галина Ивановна, Национальный банк Республики Беларусь, Минск, Беларусь
«Экономика семиотики как экономика пороков и добродетелей эпохи постмодерна»

Шишкина Татьяна Михайловна, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Стремление к личной выгоде как добродетель: легитимизация homo conomicus в ранней политической экономике»

Зорин Никита Александрович, ОСДМ (Общество специалистов доказательной медицины)
«Ипостаси пороков и добродетелей»

1С. Частные пороки — благо для общества?

Ведущий — **Дубянский А. Н.**

Шишкин Михаил Владиславович, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Роль моральных факторов в экономической теории»

Марков Максим Владимирович, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Алкоголь в “Богатстве народов” Адама Смита»

Джон Тэйлор, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Адам Смит и алчность как чувство»

Колесникова Людмила Арнольдовна;
Митясова Екатерина Александровна
ИГСУ РАНХиГС; Манчестерский университет; нп «Центр социальных инноваций и коммуникаций в гражданском обществе «socinco», Москва, Россия
«Бинарность человека по Б. Мандевиллю в эволюции экономики порока и добродетели с позиций фрактального кроссдисциплинарного синтеза»

Ушанков Вячеслав Анатольевич, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Богатство как достаток, излишек и роскошь»

Мельников Владимир Васильевич, Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия
«Конкуренция — добродетель или порок?»

1D. «Добродетельная» экономика и экономическая политика

Ведущий — **Кадочников Д. В.**

Одинг Нина Юрьевна, Леонтьевский центр, Санкт-Петербург, Россия
«Зеленая экономика: от эгоизма к стимулированию экономического развития»

Лукичев Павел Михайлович, Санкт-Петербургский Государственный Университет Культуры и Искусств, Санкт-Петербург, Россия
«“Зеленый образ жизни”: цель или средство выживания?»

Тульчинский Григорий Львович, НИУ ВШЭ (Санкт-Петербург), Россия
«Конфликтные аспекты развития благотворительности в России»

Цыплакова Дарья, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия
“Taking care of elderly parents: family provision of care in Russia”

Кадочников Денис Валентинович, СПбГУ, Леонтьевский Центр, Санкт-Петербург, Россия
«Может ли языковая политика быть добродетельной или порочной?»

14:00–15:00

ОБЕД

15:00–17:00

КРУГЛЫЙ СТОЛ

«Искушение запретом: экономические и социальные аспекты регулирования алкогольной отрасли»

Ведущий — **Инна Карпушина**

История алкоголя неразрывно связана с историей человечества. С момента появления алкоголя стал неотъемлемой частью жизни общества, но его влияние никогда не расценивалось однозначно: чаши весов всегда балансировали между пороком и добродетелью. С одной стороны, социальные проблемы, связанные с чрезмерным потреблением алкоголя, с другой – культура и традиции, сформированные веками, значимая часть экономического благосостояния общества (поступления в государственную казну, рабочие места, производственный прогресс). В борьбе с порочными проявлениями потребления алкоголя государство пыталось взять под контроль данную сферу, в том числе прибегая к полным запретам. Однако история ярко демонстрирует неоднозначность такого подхода. Искоренить порок тотальным запретом еще никому не удавалось. Но государства не оставляют эти попытки.

Алкоголь для общества: порок или добродетель? Какова обратная сторона запретов? Можно ли найти разумный баланс между государственным регулированием, корпоративной ответственностью и вызовами общества? Ответы на эти вопросы попытаются найти участники круглого стола.

Участники: Немцов А. В., Пономарев Ю. Ю., Радаев В. В., Позьманс Э., Лайтцел Дж., Скоробогатов А. С., Титов Б. Ю.

17:00–17:30

КОФЕ-БРЕЙК

17:30–19:30

ВЕЧЕРНЯЯ СЕССИЯ

Ведущий — **Радаев В. В.**

Элин Позьманс, Университет Лёвена, Бельгия

«Влияние исторических событий на пивную отрасль Бельгии»

Котельникова Зоя Владиславовна, НИУ ВШЭ (Москва), Россия

«Практики потребления алкоголя и их связь с социальной структурой в современной России»

Рощина Яна Михайловна, НИУ ВШЭ (Москва), Россия

«Алкогольные напитки в России: факторы спроса и потребления»

19:30

ФУРШЕТ

16 мая 2015 г., суббота

10:00–11:30

УТРЕННЕЕ ЗАСЕДАНИЕ
Ведущий — **Игнатьев В. И.**

Фокин Сергей Леонидович, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Экономика люмпен-интеллектуала: вино и опиум, деньги и кредиты в жизни и творчестве Шарля Бодлера»

Ловчев Владимир Михайлович, Казанский национально-исследовательский технологический университет, Казань, Россия
«Роберт Бёрнс: кумир или жертва советского культурнопитейского эксперимента? (к вопросу о проалкогольных тенденциях в восприятии поэзии Бёрнса в советское время)»

11:30–12:00

КОФЕ-БРЕЙК

12:00–14:00

ДНЕВНОЕ ЗАСЕДАНИЕ
Ведущий — **Антонио Каппьелло**

Джон Най, Университет Джорджа Мейсона, США
«Как налоги и торговля сформировали наш вкус: торговля вином в Англии и Франции XIX века»

Карл Сторчман, Университет Нью Йорка, США
«Экономика вина и изменение климата в Европе»

Озерова Ольга Владимировна, Социологический Институт РАН (Санкт-Петербург), Россия
«Динамика экономических неравенств в потреблении алкоголя: от 1990-х к 2000-м гг.»

14:00–15:00

ОБЕД

15:00–16:30

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЕ СЕССИИ 2

2А.

Азарт и замедление
Ведущий — **Фокин С. Л.**

Марей Александр Владимирович, НИУ ВШЭ (Москва), Россия
«Правовое регламентирование азартных игр в средневековой Кастилии»

Секацкий Александр Куприянович, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Азарт, предприимчивость и экзистенция»

Лишаев Сергей Александрович, Самарская гуманитарная академия, Самара, Россия
«Баня, веник и что-то к пиву (материалы к анализу культурных практик замедления)»

Королев Александр Валерьевич, Российский институт истории искусств, Санкт-Петербург, Россия
«Экономика добродетелей и пороков как история и типология обмена»

2В.

Экономика пороков и добродетелей современного человека
Ведущий — **Озерова О. В.**

Николаева Елена Ивановна, РГПУ им. Герцена, Санкт-Петербург, Россия
«Эволюционные и антропологические основания пороков и добродетелей современного человека»

Шипунова Татьяна Владимировна, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Ното possible в экономическом пространстве общества потребления»

Лукичева Татьяна Алексеевна, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Маркетинг впечатлений»

Нуреев Рустем Махматович, Финансовый университет при Правительстве РФ,
Санкт-Петербург, Россия
«Спорт: добродетель или порок?»

Соснило Андрей Игоревич, Финансовый университет при Правительстве РФ, Санкт-Петербург, Россия
«Экономический аспект современного понимания добродетелей и пороков»

Шмаков Александр Викторович, Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия
«Доверие — добродетель или порок?»

2С. Алкогольная политика и последствия потребления алкоголя
Ведущий — **Скоробогатов А. С.**

Розмаинский Иван Вадимович, НИУ ВШЭ (Санкт-Петербург), Россия
«Инвестиционная близорукость как фактор негативных инвестиций в капитал здоровья»

Одиноква Вероника Александровна, Научный центр социологии детства Социологического института РАН (Санкт-Петербург), Россия
«Применение социологической теории для объяснения и контроля “проблемного” потребления алкоголя»

Хаустова Екатерина Владимировна, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия
«Потребление алкоголя в Царской России»

Воробьев Андрей Станиславович, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Винные доходы Российской Империи: влияние прагматизма и нравственности»

2D. Экономика вина и пива
Ведущий — **Расков Д. Е.**

Мартынов Кирилл Константинович, НИУ ВШЭ (Москва), Россия
«Крафтовая революция в мире и ее последствия для России»

Погребняк Александр Анатольевич, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Как возможна энотерапия экономики?»

Расков Василий Евгеньевич, Simple Wine News, Москва, Россия
«Терруар и социум: Бордо, Шампань, Кубань?»

16:40–18:10 ПАРАЛЛЕЛЬНЫЕ СЕССИИ 3

3A. Экономика соблазна и сексуальность
Ведущий — **Погребняк А. А.**

Русакова Майя Михайловна; Одиноква Вероника Александровна
Научный центр социологии детства Социологического института РАН (Санкт-Петербург)
«Спрос на рынке сексуальных услуг: что мы знаем о клиентах?»

Тарабанов Арсений Эдмундович, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Экономика городских соблазнов: акторно-сетевой анализ»

Самули Харри, University of Helsinki, Helsinki, Finland
«Переосмысливая неоконченную историю сексуальности Мишеля Фуко: исповедание грехов»

Зиневич Ольга Владимировна, Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия
«Женское курение — привычка или порок?»

3В. Алкоголь: между архаикой и цивилизацией

Ведущий — **Акимов Ю. Г.**

Акылай Муктарбек кызы, Американский университет в Центральной Азии, Бишкек, Кыргызстан
«Экономика празднеств в Кыргызстане»

Акимов Юрий Германович, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Алкоголь и аборигенные сообщества в колониальной Северной Америке: экономический и социо-культурный аспект»

Тахтаджян Сурен Арменович, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Дикари, цивилизация и алкоголь: от Античности до Нового времени»

Дубянский Александр Николаевич, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«Столкновение экономических культур на примере производства крепких спиртных напитков в России»

3С. Потребление алкоголя в СССР

Ведущий — **Секацкий А. К.**

Гладких Николай Владимирович, Кузовкин Геннадий Валерьевич, Кирзюк Анна Андреевна
Культурный центр зил, Москва; Российская национальная библиотека, Петербург;
НИПЦ «Мемориал», Москва, Россия
«Пьющие 70-е. Практика потребления спиртных напитков в самиздатской литературе»

Лейбович Олег Леонидович, Пермская государственная академия искусства и культуры, Пермь, Россия
«“Милицеская норма”: практики потребления алкоголя в номенклатурной провинциальной среде в первое послевоенное десятилетие»

Скубий Ирина, Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства имени Петра Василенко, Харьков, Украина
«“Харьковская таможня просит привлечь к ответственности гражданина ... у которого конфискованы 3 пары чулок”: к вопросу о потребительских привязанностях жителей Харькова в 1920-е годы»

3D. Экономика пороков и ее отражение в художественной культуре

Ведущий — **Федчин Ф. В.**

Чернышева Мария Александровна, СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
«“Бар в Фоли-Бержер” Эдуарда Мане. Метафора “опьяняющая жизнь” в искусстве индустриальной эпохи»

Гущина Вера Николаевна, Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия
«Оправдание лени Казимиром Малевичем»

18:10–18:30 КОФЕ-БРЕЙК

18:30–19:30 ВЕЧЕРНЕЕ ЗАСЕДАНИЕ.
Ведущий — **Кадочников Д. В.**

Игнатьев Владимир Игоревич, Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия
«Искушение информацией. Амбивалентность экзистенции человека информационной эпохи»

Немцов Александр Викентьевич, ФГБУ «Московский НИИ психиатрии» МЗ РФ
«Мир без алкоголя?»

May 15, 2015, Friday

9:30–10:00 OPENING SESSION (room 152)

Aleksey Kudrin, Dean of the Faculty of Liberal Arts and Sciences of SPbSU

Danila Raskov, Head of the Center for the Study of Economic Culture of SPbSU
«Economics of Vices and the Neutrality of Economics»

10:00–11:30 MORNING SESSION
Moderator — **Danila Raskov**

Jim Leitzel, University of Chicago, USA
«Robust Alcohol Policy in Russia»

Vadim Radaev, Higher School of Economics, Moscow, Russia
«Does Antialcoholic Reform Affect Consumption and Purchases of Homemade Alcohol in Russia?»

11:30–12:00 COFFEE BREAK

12:00–14:00 PARALLEL SESSIONS 1

1A. Alcohol Policy and the Alcohol Consumption Consequences
Moderator — **Aleksandr Nemtsov**

S. Boytsov, I. Samorodskaya, V. Tret'jakov, M. Vatolina
Federal State Budgetary Institution «State Research Center for Preventive Medicine under the Ministry of Health of the Russian Federation»
«Economic Losses due to Premature Death: Diseases and Defects»

Irina Kratko, Higher School of Economics, Moscow, Russia
«Does Statistic on Production and Consumption of Alcohol in Russia Give the Answer about the Effectiveness of the Government's Antialcoholic Policy?»

Aleksandr Skorobogatov, Higher School of Economics, St. Petersburg, Russia
«The Influence of the Policy of Restricting Night Sales of Alcohol upon the Consumption and Abuse of Alcohol in Russia»

Richard White, University of Alabama in Huntsville, USA
«"In Name Only" Alcohol Prohibition in Mississippi (1908–1966)»

Gulnara Nurieva, American University of Central Asia, Bishkek, Kyrgyz Republic
«Alcohol market regulation in Kyrgyzstan»

1B. Philosophical-Religious Aspect of the Economics of Vices and Virtues
Moderator — **Mikhail Rumyantsev**

Konstantin Golubev, Belarus State Economic University, Minsk, Belarus
«The Role of the Concept of "Natural Law" in the Formation of a Model of Consumer Behavior and Understanding of the Virtues and Dependencies»

Sergey Lukin, Belarus State University, Minsk, Belarus
«Bible on Alcohol Consumption»

Mikhail Rumyantsev, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«Economy of Vices and Virtues: the Philosophy-Economic Context»

Halina Maisiechyk, National Bank of the Republic of Belarus, Minsk, Belarus
«Semiotical Economics as Postmodern Branch of Economics of Vices and Virtues»

Tatiana Shishkina, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«The Pursuit to Personal Enrichment as a Virtue: Legitimization of Homo conomicus in Early Political Economy»

Nikita Zorin, Society of Conclusive Medicine Specialists, Moscow, Russia
«Hypostases of Vices and Virtues»

1C. Private Vices — Societal Virtues?
Moderator — **Aleksandr Dubyanskiy**

Mikhail Shishkin, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«Morality in Economics»

Maxim Markov, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«Alcohol in the Adam Smith's Wealth of Nations»

John Taylor, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«Adam Smith and Greed as an Emotion»

Lyudmila Kolesnikova; Yekaterina Mityasova
Russian Academy of Economics and State Service; Center of Social Innovations and Communications in Civil Society “SOCINCO”
«The Binarity of Man According to B. Madeville in the Evolution of the Economics of Vices and Virtues in the Context of Fractal Cross-Disciplinary Analysis»

Viacheslav Uschankov, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«Wealth as Sufficiency, Surplus and Luxury»

Vladimir Melnikov, Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia
«Competition — a Virtue or a Vice?»

1D. “Virtuous” Economics and Economic Policy
Moderator — **Denis Kadochnikov**

Nina Oding, Leontief Centre, St. Petersburg, Russia
«Green Economy: From Selfishness to Stimulation of the Economic Development»

Pavel Lukichev, St. Petersburg State University of Culture and Arts, St. Petersburg, Russia
«“Green Lifestyle”: an Aim or a Means of Survival?»

Grigoriy Tulchinsky, Higher School of Economics, St. Petersburg, Russia
«Conflict Aspects of Philanthropy in Russia»

Daria Tsypalakova, Russian Academy of Economy and State Service under the President of the Russian Federation, Moscow, Russia
«Taking care of elderly parents: family provision of care in Russia»

Denis Kadochnikov, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«Can Language Policy be Virtuous or Vicious?»

14:00–15:00 LUNCH

15:00–17:00 ROUND TABLE

"Temptation by Prohibition: Economic and Social Aspects of Alcohol Industry Regulation"

Moderator — **Inna Karpushina**

The history of alcohol is inextricably linked with the history of humankind. Since ancient times alcohol has become an integral part of social life. However attitudes towards it were always ambiguous, balancing between treating it as a source of vice and that of virtue. There have always been social problems associated with excessive alcohol consumption, but there is also a culture and traditions associated with alcohol, there is significant economic implications related to alcohol (state revenues, jobs, technological progress). Fighting alcohol abuse, governments tried to take control of the industry, sometimes resorting to a complete prohibition. However, history clearly demonstrates the inefficiency of this approach. To eradicate a vice by a prohibition is hardly possible. And yet governments all over the world do not leave these attempts.

Is alcohol a vice or a virtue for the society? What is the reverse side of prohibitions? Is it possible to find a reasonable balance between government regulation, corporate responsibility and social challenges? The round table participants will try to discuss these questions.

Participants: Nemtsov A.V., Ponomarev Yu. Yu., Radaev V. V., Poelmans E., Leitzel J., Skorobogatov A. S., Titov B. Yu.

17:00-17:30 COFFEE BREAK

17:30-19:30 EVENING SESSION

Moderator — **Vadim Radaev**

Eline Poelmans

University of Leuven, Belgium

«The Effect of Historical Events on the Brewing of Beer throughout Time: Case Study of Belgium»

Zoya Kotelnikova

Higher School of Economics, Moscow, Russia

«Alcohol Drinking Patterns and Social Structure in Contemporary Russia»

Yana Roschina

Higher School of Economics, Moscow, Russia

«Alcoholic Drinks in Russia: Factors of Demand and Consumption»

19:30 RECEPTION

May 16, 2015, Saturday

10:00–11:30

MORNING SESSION

Moderator — **Vladimir Ignatyev**

Sergey Fokin, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

«Economics of Lumpen-Intellectual: Wine and Opium, Money and Loans in the Life and Works of Charles Baudelaire»

Vladimir Lovchev, Kazan National Research Technological University, Kazan, Russia

«Robert Burns: Idol or Victims of the Soviet Alcohol Experiment? (The question of alcoholic tendencies in perception Burns poetry in Soviet times)»

11:30–12:00

COFFEE BREAK

12:00–14:00

NOON SESSION

Moderator — **Danila Raskov**

John Nye, George Mason University, USA

«How Taxes and Trade Shaped our Tastes: The Wine Trade in Nineteenth Century England and France»

Karl Storchman, New York University, USA

«Wine Economics and Climate Change in Europe»

Olga Ozerova, Sociological Institute of RAS, St. Petersburg, Russia

«Dynamics of Economic Inequality in Alcohol Consumption: 1990-s to 2000-s»

14:00–15:00

LUNCH

15:00–16:30

PARALLEL SESSIONS 2

2A.

Excitement and Inhibition

Moderator — **Sergey Fokin**

Aleksandr Marey, Higher School of Economics, Moscow, Russia

«Legal Regulation of Gambling in Medieval Castile»

Aleksandr Sekatskiy, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

«Excitement, Entrepreneurship and Existence»

Sergey Lishaev, Samara Humanitarian Academy, Samara, Russia

«Baths, Bath Besom and Some Snacks with Beer (Materials to the Analysis of Cultural Practices Deceleration)»

Aleksandr Korolev, Russian Institute of Art History (Zubovsky), St. Petersburg, Russia

«The Economy of Virtue and Vice as a History and Typology of Exchange»

2B.

Economics of Vices and Virtues of Modern Man

Moderator — **O. Ozerova**

Helena Nikolaeva, Russian State Pedagogical Herzen University, St. Petersburg, Russia

«Evolutional and Anthropological Basis of the Modern Human Being's Vice and Virtue»

Tat'yana Shipunova, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

«Homo Possible in the Economic Space of the Consumer Society»

Tatiana Lukicheva, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«Experiential Marketing»

Rustem Nureev, Financial University at the Government of Russia, St. Petersburg, Russia
«Sports: Virtue or Vice?»

Andrei Sosnilo, Financial University under the Government of the Russian Federation, St. Petersburg, Russia
«The Economic Aspect of the Modern Vision of Virtues and Vices»

Aleksandr Shmakov, Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia
«Trust — the Virtues or Vices?»

2C. Alcohol Policy and Alcohol Consumption Consequences
Moderator — **Aleksandr Skorobogatov**

Ivan Rozmainsky, Higher School of Economics, St. Petersburg, Russia
«Investor Myopia as the Factor of Negative Investment in Health Capital»

Veronika Odinkova, Scientific Center of Childhood Sociology of the Sociological Institute of RAS, St. Petersburg, Russia
«Application of Sociological Theory for an Explanation and Control of “Problem” Alcohol Consumption»

Yekaterina Khaustova, Russian State Humanitarian University, Moscow, Russia
«Alcohol in Late Imperial Russia (1820–1917)»

Andrey Vorobyev, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«Wine Revenues of the Russian Empire: the Roles of Pragmatism and Morality»

2D. Economics of Wine and Beer
Moderator — **Danila Raskov**

Kirill Martynov, Higher School of Economics, Moscow, Russia
«Craft Revolution Worldwide and its Consequences for Russia»

Aleksandr Pogrebnyak, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«How possible is Enotherapy of the Economy?»

Vasiliy Raskov, Simple Wine News, Moscow, Russia
«Terroir and Socium: Bordeaux, Champagne, Kuban'?»

16:40–18:10 PARALLEL SESSIONS 3

3A. Economics of Temptation and Sexuality
Moderator — **Aleksandr Pogrebnyak**

Maia Rusakova; Veronika Odinkova, Scientific Center of Childhood Sociology of the Sociological Institute of RAS, St. Petersburg, Russia
«Demand on the Sex Market: What Do We Know About the Clients?»

Arseniy Tarabanov, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«The Economics of Urban Temptations: Actor-Network Analysis»

Samuli Hurri, University of Helsinki, Helsinki, Finland
«Revisiting Michel Foucault's Uncompleted History of Sexuality by: Confession of Sins»

Olga Zinevich, Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia
«Женское курение — привычка или порок?»

3B. Alcohol between the Archaic and the Civilization
Moderator — **Yuriy Akimov**

Akylai Muktarbek kyzy, American University of Central Asia, Bishkek, Kyrgyz Republic
«Toi Economy: Economics of Festivity in Kyrgyzstan»

Yuriy Akimov, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«Alcohol and Natives in Colonial North America: economy and culture»

Souren Takhtajan, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«Barbarians, Civilization, and Alcohol: from Classical Antiquity to the New Age»

Aleksandr Dubyanskiy, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«The Clash of Economic Cultures in the Production of Alcoholic Beverages in Russia»

3C. Alcohol Consumption in the USSR
Moderator — **Aleksandr Sekatskiy**

Nikolay Gladkikh, Anna Kirzjuk, Gennadij Kuzovkin
ZIL Cultural Center, Moscow; Russian National Library, St. Petersburg; Scientific Information and Educational center «Memorial», Moscow, Russia
«Boozing 70s. Alcoholic Beverages in Samizdat Literature»

Oleg Leibovich, Perm State Academy of Art and Culture, Perm', Russia
«“Militia portion”: the Practice of Alcohol Consumption in the Nomenclature of the Provincial Militia in the First Postwar Decade»

Iryna Skubii, Kharkiv Petr Vasilenko National Technical University of Agriculture, Kharkiv, Ukraine
«“Kharkiv Customs Requests to Bring to the Justice a Citizen ... Whose Three Pairs of Stockings Were Confiscated”: To the Question of Consumer Affections of Residents of Kharkiv in 1920s»

3D. Economics of Vices in Literature
Moderator — **Filipp Fedchin**

Maria Chernysheva, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
«Manet's A Bar at the Folies-Bergère. “Intoxicating life” as a Metaphor in the Art of the Industrial Era»

Vera Gushchina, Voronezh State University, Voronezh, Russia
«Justification of Laziness by Kazimir Malevich»

18:10–18:30 COFFEE BREAK

18:30–19:30 EVENING SESSIONS
Moderator — **Denis Kadochnikov**

Vladimir Ignatyev, Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia
«Information's Temptation. Ambivalent Existence of Information Age Human»

Aleksandr Nemtsov
Moscow Research Institute of Psychiatry of the Ministry of Healthcare of the Russian Federation, Moscow, Russia
«Alcohol-Free World?»

Алкоголь и аборигенные сообщества в колониальной в Северной Америке: экономический и социо- культурный аспект

Alcohol and Natives in Colonial North America: Economy and Culture

**Акимов
Юрий
Германович**

Санкт-
Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

Yury Akimov

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:

akimov103@mail.ru

Европейская экспансия на Североамериканском континенте оказала чрезвычайно сильное (и зачастую весьма деструктивное) воздействие на самые разные аспекты жизни индейского и эскимосского социума. Одним из наиболее заметных и трагических проявлений этого воздействия стала стремительная алкоголизация аборигенных сообществ, начавшаяся почти одновременно с основанием первых английских, французских и голландских поселений на территории нынешних США и Канады. Ром, бренди, тафия и т. п. напитки стали одними из первых «благ» европейской цивилизации, с которыми индейцы познакомились благодаря бледнолицым.

В сообщении, посвященном преимущественно начальному периоду европейской колонизации (XVII — середина XVIII вв.), рассматриваются следующие вопросы, связанные с распространением алкоголя в колониальной Северной Америке:

- торговля алкоголем как важная составляющая колониальной экономики и инструмент колониальной политики
- особенности отношения индейцев к спиртному (потребление алкоголя как магический ритуал «общения с духами» и др.)
- причины негативного восприятия европейцами «индейского пьянства»
- попытки бороться с алкоголизацией аборигенных сообществ.

Распространение алкоголя среди индейцев первоначально было связано со становлением и развитием системы мехоторговли во французских, голландских и отчасти английских колониальных владениях. В ее основе лежал неэквивалентный товарообмен с индейцами — основными добытчиками и поставщиками пушнины. Алкоголь был одним из наиболее ходовых и востребованных товаров, при-

носившим наибольшие дивиденды скупщикам. В свою очередь это было связано с особым отношением, которое сформировалось у индейцев к спиртосодержащим напиткам, которых они ранее не знали. Индейцы ценили алкоголь не за вкус (наоборот, известно, что он им не нравился), а прежде всего за тот эффект, который он производил. Они считали, что в спиртном «живет дух», который в свою очередь помогает им выйти в потусторонний мир. У индейцев сложился своеобразный подход к потреблению алкоголя, суть которого заключалась именно в достижении наиболее сильного опьянения.

Следует также учитывать, что индейцы не имели биологического «иммунитета» к алкоголю, и воздействие спиртного на них было чрезвычайно сильным. Именно это в значительной степени и породило распространенный тезис об «индейском пьянстве». При этом европейцы осуждали не потребление алкоголя само по себе, а именно поведение в состоянии опьянения, которое с точки зрения свидетельствовало о «дикости» и «нецивилизованности» индейцев.

Уже на раннем этапе колонизации предпринимались попытки остановить стремительную алкоголизацию индейских сообществ. Эти попытки предпринимались как европейцами, так и сами индейцами. Наиболее активно с индейским пьянством боролись католические миссионеры во Французской Канаде (Новой Франции), которые из-за этого даже пошли на конфликт с колониальной администрацией. Многие вожди и шаманы (хранители традиционных устоев) также пытались противостоять распространению «огненной воды» среди своих соплеменников. Однако эти попытки не имели большого эффекта. С одной стороны, индейцы не могли избавиться от контактов с европейскими торговцами и скупщиками пушнины (а значит соблазн сохранялся), с другой — само индейское общество переживало грандиозные потрясения и находилось в состоянии сильнейшего стресса, что также способствовало его алкоголизации.

Экономические потери в результате преждевременной смерти: болезни и пороки

Economic Losses Due to Premature Death: Diseases and Defects

**Бойцов Сергей
Анатольевич,
Самородская
Ирина
Владимировна,
Ватолина Мария
Александровна**

Государственный
научно-
исследовательский
центр
профилактической
медицины
Минздрава России,
Москва, Россия

**Третьяков
Валерий
Вячеславович**

РИА Рейтинг,
Москва, Россия

Несмотря на то что за последнее десятилетие в нашей стране достигнут значительный прогресс в снижении смертности населения (с 16.4 человек на 1000 человек в 2003 году до 13 человек в 2013 году), мы пока ещё отстаем по этому показателю от развитых стран. Смертность и продолжительность жизни населения определяется широким спектром влияющих факторов, в числе которых экономические (в том числе ВВП, уровень неравенства, бедность, безработица), социальные факторы (социальная защищенность отдельных групп населения, уровень образования, одиночество), природно-климатические и экологические факторы, генетические и эпигенетические факторы, образ жизни и качество оказания медицинской помощи, политика в области охраны здоровья (меры по борьбе с курением, злоупотреблением алкоголем, дорожно-транспортными авариями). Начиная с 1990 г. в мире (ВОЗ, ОСЭР, Мировым банком, другими международными организациями и регулируемыми органами стран) кроме показателя смертности для оценки потерь здоровья населения используется показатель ПГПЖ (потерянные годы потенциальной жизни, Potential Years of Life Lost, PYLL).

На основании данных Росстата о численности населения и числе умерших по возрастным группам нами изучен вклад в экономические потери и структуру ПГПЖ трёх групп причин смерти в регионах РФ: 1) обусловленные алкоголем и наркотиками; 2) связанные с травмами, убийствами, самоубийствами; 3) от заболеваний.

Результаты: минимальный показатель ПГПЖ составил 7586, максимальный — 30761. Экономические потери насчитывают 14.3% ВВП страны, и от 7.6% до 30% ВРП в регионах. Наибольшая доля потерянных лет жизни в результате преждевременной смерти от причин 1 и 2 групп зарегистрирована в Республиках Тыва, Бурятия, Коми, Калмыкия, Якутия (Саха), Алтай, Марий Эл, Удмуртской Республике, Липецкой, Амурской, Магаданской областях, Забайкальском крае, Чукотском и Ненецком автономных округах. В первую

десятку регионов, в которых экономические потери от преждевременной смертности не превышают 12% ВРП, входят республики Северного Кавказа, Ставропольский край, Москва, Санкт-Петербург, Белгородская область. В причинах потерь доминируют заболевания (от 60% до 88%). В Республиках Ингушетия, Дагестан, Чеченской Республике, Карачаево-Черкесской Республике регистрируется минимальный вклад потерь от алкогольных причин (менее 2.5%) в структуру потерь от преждевременной смерти и структуру экономических потерь.

Таким образом, «пороки» ведут к значительным экономическим потерям в результате преждевременной смертности. Учитывая вариабельность показателей в регионах страны, можно предположить, что сами «пороки» и их последствия не имеют простых линейных взаимосвязей с климато-географическими, экономическими особенностями регионов, что в свою очередь, возможно, объясняется отсутствием четких критериев между «пороком» и «нормой». Теоретически возможно одновременное существование двух потоков: 1) частные пороки ведут к деградации и обнищанию общества; 2) частные пороки оборачиваются благом для общества.

**Sergei Boitsov,
Irina Samorodskaya,
Mariya Vatolina**

State Research
Center for Preventive
Medicine under the
Ministry of Health
of the Russian
Federation, Moscow,
Russia

Valerii Tret'yakov

RIA Rating, Moscow,
Russia

e-mail:

maryvatolina@yandex.ru
samor2000@yandex.ru

Винные доходы Российской Империи: влияние прагматизма и нравственности

Wine Revenues of the Russian Empire: Influence of Pragmatism and Morality

**Воробьев
Андрей
Станиславович**

Санкт-Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

Andrei Vorob'ev

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg, Russia

e-mail:

a.vorobiev@econ.spb.ru

История «винных», или «питейных», доходов в России насчитывает не одну сотню лет. По большому счету — это история противоборства и периодической смены фискальных (прагматичных) и нравственных мотивов в области казенных доходов. Фискальная составляющая всегда носила краткосрочный характер и поэтому через стимулирование потребления спиртного входила в противоречие с долгосрочными целями развития общества.

Основными формами изъятия «питейных» доходов были откупная система, винная монополия и акцизы. Откупная система существовала в России с XVI века и фактически означала право продажи спиртного через частные заведения. При этом основные доходы эти заведения получали от побочной деятельности (продажа еды, пива, медовухи). Надо сказать, что откупы образца XVI — начала XIX веков не привели к существенному пополнению казны, но зато стимулировали питейный рынок.

В 1819 г. откупная система сменяется винной монополией, смысл которой заключался в сосредоточении оптовой торговли спиртным в руках казны. Первоначально это привело к резкому росту питейных доходов. Однако форма реализации монополии оказалась столь неэффективной, что уже с 1822 г. винные доходы резко упали, и в 1827 г. Россия вновь вернулась к откупной системе. В 1861 г. откупная система была вновь уничтожена и введены акцизы на продажу спиртного, однако уже в 1893 г. вновь восстанавливается винная монополия. В 1914 г. на территории России вводится «сухой закон». В результате доля винных доходов сокращается с 23% в 1913 г. до 1,5% в 1916 г. При этом резко возрастает теневой оборот спиртного.

Следует отметить, что откупная и монопольная система однозначно повышала потребление спиртного и провоцировала коррупцию, при этом рост доли винных доходов (например, в конце XIX — начале XX вв.) происходил на фоне обострения социальных конфликтов и снижения доверия к государственной власти.

Пьющие 70-е. Алкогольные напитки в самиздатской литературе

Boozing 70s. Alcoholic Beverages in Samizdat Literature

70-е годы прошлого века считаются самым «пьяным» периодом советской истории и временем расцвета Самиздата. Эта синхронность стала для нас стимулом к изучению моделей потребления алкоголя, запечатленных в литературном Самиздате.

Благодаря усилиям исследовательской программы «История инакомыслия в СССР» создан инструментарий, позволяющий накапливать и анализировать данные о самиздатской активности. С его помощью мы составили рейтинг частотности упоминаний литературных текстов и выбрали 7 прозаических произведений из первой двадцатки.

В семерку вошли: «Мастер и Маргарита» (1928–1938, публ. 1966) М. Булгакова, «Доктор Живаго» (1945–1955, публ. 1957) Б. Пастернака, «Всё течет» (1955–1963, публ. 1970) В. Гроссмана, «Один день Ивана Денисовича» (1959, публ. 1962), «В круге первом» (1955–1958, публ. 1968), «Раковый корпус» (1963–1967, публ. 1968) и «Август Четырнадцатого» (1963–1970, публ. 1971) А. Солженицына. Книги охватывают отечественную историю от начала XX века до 50-х гг. Вместе с алкоголем они работали с сознанием читательской аудитории в 70-е. «Хроника» сохранила биографии этих книг за 1968–1983 гг.

Отведённого регламентом пространства хватит только на предельно лаконичный обзор ассортимента литературного алкоголя. Ни в одном из этих семи произведений алкогольный антураж не занимает центрального места, хотя пьют в них немало — сцены распития, состояние опьянения, нетрезвые персонажи встречаются неоднократно, при этом общий выбор напитков не так уж богат. В составленной нами номенклатуре 35 позиций, включая обобщенные «алкоголь» и «вино» в случаях, когда невозможно точно идентифицировать напиток. Необъяснимо отсутствуют ликеры и наливки. Слабо представлен иностранный алкоголь, особенно крепкий — нет рома, виски и джина. Не отыскались упоминания коктейлей, пунша и грога, хотя сцены эмигрантской жизни Ленина есть у Гроссмана и Солженицына, а один из главных героев «В круге первом» — дипломат.

**Гладких
Николай
Владимирович**

Культурный центр
ЗИЛ, Москва,
Россия

**Кузовкин
Геннадий
Валерьевич**

Научно-
информационный
и просветительский
центр «Мемориал»,
Москва, Россия

**Кирзюк
Анна
Андреевна**

Российская
национальная
библиотека, Санкт-
Петербург, Россия

Nikolay Gladkikh

ZIL Cultural Center,
Moscow, Russia

Gennadij Kuzovkin

Scientific
Information and
Educational
center "Memorial",
Moscow, Russia

Anna Kirzjuk

Russian
National Library,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:

kuzovkin@memo.ru

Вино. Наиболее разнообразная по номенклатуре и функциям категория. Шампанское упомянуто в четырех книгах из семи.

Пиво. Упоминается в пяти книгах, но ни в одной не удостоилось детализации и ответственных сюжетных ролей.

Крепкие спиртные напитки. Водка — единственный продукт, представленный в каждом из семи произведений. Символ нормы, она уступает позиции только во времена кризисов или в экстремальных ситуациях. Тогда ее заменяют суррогаты, эрзацы — самогон и технический спирт.

Единственный из писателей, кто размышляет об алкогольном потреблении в государственном или национальном масштабе и в экономическом ключе, — А. Солженицын. В «Августе» в портретах Витте и Столыпина он дает диаметрально противоположные оценки винной монополии одним и повышения акциза на водку и вина другим. Касаясь продажи водки в советскую эпоху, писатель бичует государственное спаивание недвусмысленно («В круге первом»).

В 1970-е пафос ухода стал другим. Поэма В. Ерофеева «Москва — Петушки» (1968–1970, публ. 1973) производит литературную революцию, давая голос пьющему человеку. Автор и его герой всеми средствами стремятся разнообразить репертуар напитков, вовлекая в него лак для ногтей, средство от потливости ног и сапожную ваксу. Алкоголизация для героя — способ бегства из реальности или примирения с ней, но уникальный характер используемых ингредиентов не дает ему стать анонимной единицей в гигантской алкогольной статистике. Ничего похожего не было в самиздатской топ-семерке — Ерофеев разрушает традицию и, открывая эпоху 70-х, вводит в литературу порочного потребителя алкоголя, который вызывает сочувствие и понимание.

Значение понятия «естественный закон» для формирования модели поведения потребителя и понимания добродетелей и зависимостей

The Role of the Concept of “Natural Law” in the Formation of a Model of Consumer Behavior and Understanding of the Virtues and Dependencies

Идеи о существовании естественного закона можно видеть в рамках человеческой цивилизации еще до возникновения христианства. Так, еще Цицерон говорил о нем как правильном разуме; соответствующем природе, присущем всем людям; неизменном и вечном; «его веления призывают к исполнению долга; его запреты отклоняют от ошибок» (Цицерон. О государстве 3, 22, 33).

Библия повествует о сотворении человека Богом, Который в Своей мудрости и любви придал смысл его существованию, вписав в его сердце закон, т. о. «...дело закона у них написано в сердцах, о чем свидетельствует совесть их и мысли их...» (Рим 2:15). В этой связи блаженный Августин, говоря о свидетельстве существования Бога, указывает, что и природа подтверждает это, ибо она сама провозглашает наличие Творца, обеспечившего нас умом и естественным разумом для понимания различий праведного и неправедного; прекрасного и безобразного; благого и злого (Августин блаж. О Троице. 2, 15, 6).

Критики христианского нравственного учения пытаются отвергать учение о естественном законе, универсальности и перманентной истинности его предписаний. В свою очередь, о существенной роли естественного закона для понимания ориентиров идеальной модели поведения речь идет во многих современных документах. В частности, в «Основах социальной концепции Русской Православной Церкви», «Основах учения Русской Православной Церкви о достоинстве, свободе и правах человека», Катехизисе Католической Церкви, энциклике папы Римского Льва XIII «Libertas praestantissimum», энциклике Папы Римского Льва XIII «Rerum

**Голубев
Константин
Иванович**

Белорусский
государственный
экономический
университет,
Минск, Беларусь

**Konstantin
Golubev**

Belarus State
Economic University,
Minsk, Belarus

e-mail:
kon.golubev@gmail.com

Novarum», энцикликах Папы Римского Иоанна Павла II «*Veritatis splendor*» и «*Evangelium vitae*».

Говоря о значении естественного закона, можно заметить, что присущие человеческой природе нравственные нормы и нравственные нормы, содержащиеся в Божественном Откровении, обнаруживают замысел Божий о человеке и его предназначении. Без объективного нравственного основания невозможно обеспечить стабильный мир в обществе и создать предпосылки для реализации естественных прав человека. Совокупность указанных норм является ориентиром для формирования соответствующей модели поведения человека, понимания сущности и содержания добродетелей и зависимостей.

Оправдание Лени Казимиром Малевичем

Justification of Laziness by Kazimir Malevich

В своем трактате «Лень как действительная истина человечества» (1921) Казимир Малевич предпринял попытку интеллектуально и нравственно оправдать лень, представив ее не как мать всех пороков, а как добродетель, «мать жизни», «Матерь Совершенства». Сам он полагал себя первым, кто снял с Лени клеймо позора и увидел в ней начало труда («в отдыхе или творчестве кроется особое состояние “лени”»). Швейцарский славист Ф. Ингольд (1994) идейным предшественником художника считает Поля Лафарга и его памфлет «Труд и праздность» (1905), хотя у самого Малевича ссылки на него отсутствуют. Российские авторы видят источник идей основателя авангарда в русской духовной традиции (художественной, религиозной), им самим своеобразно переосмысленной и интерпретированной, приводя в качестве примеров и «ленетруд» Ленимира Хлебникова, и недеяние Льва Толстого, и гончаровского Обломова. Однако апологетика «блаженной лени» в российской художественной культуре имеет гораздо более глубокие исторические корни, восходя к анакреонтике Г. Р. Державина, поэтам-романтикам «пушкинской поры» (К. Батюшкову, А. Дельвигу и др.) и самому А. С. Пушкину. У последнего она стала «параболой его судьбы», выступая и как фундаментальное состояние самого поэта, и как первоисточник поэзии, муза, сотрудница, сотрапезница или соучастница по безделью и т. д., превратившись в первую и основную из его поэтических универсалий (Иваницкий, 2009). По мнению многих ученых, лень является одной из культурных универсалий русской культуры, в то время как другие «русскую лень» стараются опровергнуть как вредный и лживый миф (Мединский). Этот спор имеет давние исторические корни и ведется в разных дискурсах. В 1916 году В. В. Розанов и Н. А. Бердяев подняли его на новый метафизический и историософский уровень: первый увидел в лени метафизический принцип Руси, а последний обвинил его в «мессианизме» лени.

В эссе Малевича национально-культурные коннотации, ссылки на альтернативные философские теории и специфически российская аргументация в интерпретации лени отсутствуют. Он рассуждает о человечестве в целом, рассматривая его судьбу пространственно в космическом масштабе и с точки зрения вечности. В отличие от оправданий праздности у Лафарга и Бертрана Рассела (1932), предполагавших сохранение, хотя и в ограниченном количестве, трудо-

**Гущина Вера
Николаевна**

Воронежский
государственный
университет,
Воронеж, Россия

Vera Gushchina

Voronezh State
University, Voronezh,
Russia

e-mail:

vgushchina@mail.ru

вой деятельности, концепция Малевича отличается радикальным упразднением труда, сопровождающимся переходом всего человечества в качественно иные формы бытия.

Идейным источником, на который он постоянно и многократно ссылается и в других работах, стала для него библейская доктрина креационизма, согласно которой Бог создал мир не трудясь, одной лишь мыслью и возгласом «Да будет!» (шесть раз), а потом удалился на вечный покой, т. е. представляется преимущественно бездеятельным (отдыхающим) и в качестве такового — совершенным идеалом для подражания. В российской религиозной традиции она осталась не переосмысленной ни онтологически, ни аксиологически, труд интерпретировался в ветхозаветном духе как наказание и привилегированным дворянством, и подневольным крестьянством, и рефлексировавшей интеллигенцией, что зафиксировал С. Булгаков (1909). В контексте этой религиозной традиции художник переосмысливает соотношение труда и лени, физического и умственного труда, искусства и фабрики, социализма и капитализма. Последовательно проводя идеи своей эстетической теории, конечной целью которой является исчезновение предметного искусства как ложного, неправильного и выход в беспредметный мир (Супрематия) или Вечный покой, он в конечном итоге приходит к выводу о возможности исчезновения традиционных социальных институтов (Фабрики, Церкви и др.) и достижения полного бездействия/покоя — оно же есть совершенство — оно же есть Бог, «ибо Бог вечный покой». Такая же судьба постигнет и человека, который тоже исчезнет, поскольку сольется с образом Бога как своего совершенства.

Литература

1. **Иваницкий А. И.** (2009) Универсалии поэзии как жизненная программа (На материале пушкинской лирики 1813-1824 гг.), Универсалии русской литературы, Воронеж: ВГУ; Издат. дом Алейниковых. С. 328–369.

Экономизм как порок

Economism as a Vice

В христианстве существует список из семи смертных грехов, которые являются собой человеческие пороки. Представляется, что в настоящее время сформировался еще один — восьмой — порок, который можно отнести к числу так называемых «душевных пороков» — экономизм. Его носитель характеризуется тем, что в своей духовной жизни руководствуется принципами, взятыми исключительно из материальной, физической жизни. Он не только объясняет все аспекты человеческого существования, редуцируя их к жизни экономической, но и выстраивает свое поведение соответствующим образом. Иначе говоря, человек начинает жить таким образом, что материальный аспект его существования оказывается самодостаточным.

Основные причины, позволяющие считать экономизм пороком, проистекают из того умонастроения, которое лишает самостоятельной ценности все окружающее, как естественное, так и искусственное. Природа оказывается ценностью лишь постольку, поскольку может быть превращена в источник дохода. Наиболее очевидный пример — полезные ископаемые. Но и хороший вид из окна на океан или горы повышает арендную плату за дом, т. е. также ценен. Произведения искусства хороши только в том аспекте, что продаются. Вообще душевная жизнь лишается самостоятельной ценности. Но это означает ни больше ни меньше как уничтожение собственно человеческого человеком же. Если пользоваться терминологией Т. Парсонса, то можно сказать, что экономизм сводит функции целедостижения, интеграции и поддержания латентного образца к функции адаптации, т. е. к функции базовой, но и самой примитивной.

В этом отношении экономизм можно вполне считать пороком того же ранга, что и уныние. Уныние ведет к самоубийству, т. е. к уничтожению дарованной человеку жизни. Экономизм — это грех как против себя самого, так и против других, поскольку он вынуждает людей организовывать свое поведение, ориентируясь не на истинно человеческие ценности, лежащие за пределами простого выживания, а на их вполне случайную для них тень в виде денежного выражения.

В качестве очень яркого примера такого экономикоориентированного умонастроения можно назвать то, что происходит сейчас в системе образования. Под лозунги поддержки стремления к самореализации и движения по «индивидуальным образовательным траекториям» ребят постоянно ориентируют на то, что они должны рассматривать себя в качестве будущего товара на рынке труда и соответствующим образом организовывать это свое будущее.

Учителя же, как выяснилось во время господства неолиберализма, осуществляют «образовательные услуги», что также по факту лишает учителя и ученика самостоятельной ценности, переводя его в товарно-денежные отношения.

Таким образом система готовит свое продолжение в виде экономически мыслящих, т. е. принципиально порочных людей.

**Донских
Олег
Альбертович**

Новосибирский
государственный
университет
экономики
и управления,
Новосибирск,
Россия

Oleg Donskikh

Novosibirsk State
University of
Economics and
Management,
Novosibirsk, Russia

e-mail:

oleg.donskikh@gmail.
com

Столкновение экономических культур на примере производства крепких спиртных напитков в России

The Clash of Economic Cultures in the Production of Alcoholic Beverages in Russia

**Дубянский
Александр
Николаевич**

Санкт-
Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

**Aleksandr
Dubyanski**

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:

assigna@rambler.ru

Экономическая культура любого народа и страны наиболее ярко проявляется в производстве и потреблении спиртных напитков. В качестве примера хотелось бы рассмотреть производство такого спиртного напитка, как водка. Не будем вдаваться в рассуждения о том, когда и при каких обстоятельствах появился этот напиток в России и какую роль он сыграл в ее истории. Это тема для отдельного исследования. Хотелось бы остановиться на другом аспекте производства и, естественно, потребления водки. Речь пойдет о взаимосвязи между технологией производства водки и культурой ее потребления.

Дело в том, что та водка, которая сейчас производится в России, является результатом процесса ректификационной перегонки спирта. Ректификация происходит в специальных ректификационных колоннах высотой метров 15 и более. Первая такая промышленная колонна, называемая ещё колонной Савалля, была продемонстрирована на Всемирной выставке в Париже в 1867 году. Следовательно, и водка в ее современном виде, а именно смеси спирта с водой, не могла появиться раньше конца XIX века в России.

Однако водку в нашей стране узнали намного раньше. Дело все в том, что под водкой подразумевался другой продукт, а именно дистиллят, как его называли в то время — полугар. Получалась такая водка путем перегонки продуктов брожения из хлеба и других компонентов в дистилляционных кубах. Сейчас для обозначения дистилляционных напитков чаще используется другой термин, понятный каждому в России — самогон. По сути, водка представляла собой очищенное хлебное вино с добавлением всевозможных трав, пряностей. Это был дорогой напиток, и производился он только для знати. В царской России во всем объеме алкогольной продукции водка занимала не более пяти процентов. Разделение хлебных вин и водок существовало вплоть до 1936 года, когда водка поменяла свое значение, и стала смесью спирта (ректификата) с водой, без всяких добавок.

На первый взгляд замена одного напитка на другой с тем же названием явилась результатом технологического прогресса. С помощью ректификации получается более чистый продукт, а именно более — чистый спирт. В результате произошел своеобразный слом культурного кода в потреблении спиртных напитков. Население страны стало употреблять водку, изготовленную на основе спирта-ректификата. Дело в том, что водка, изготовленная из ректификата, представляет собой по существу тяжелый наркотик, вызывающий быстрое привыкание. В итоге произошла алкоголизация значительного населения страны. В отличие от водки, изготовленной путём дистилляции, которую можно назвать более легким наркотиком и привыкание к ней происходит значительно медленнее.

В качестве резюме можно отметить, что, конечно, вряд ли удастся отказаться от привычной ныне всем нам современной водки, т. к. за ней стоят и вновь обретенная традиция, и фискальные интересы государства. Однако думается, что вернуться к традиционным напиткам стоило бы не только как к исторической памяти, а еще как способу снижения алкоголизации населения.

Женское курение: привычка или порок?

Female Smoking: a Habit or a Vice?

**Зиневич
Ольга
Владимировна**

Новосибирский
государственный
технический
университет,
Новосибирск,
Россия

Olga Zinevich

Novosibirsk State
Technical University,
Novosibirsk, Russia

e-mail:

zinevich@fgo.nstu.ru

Сохранение и поддержание репродуктивного здоровья женщин — задача глобального масштаба, которая активно обсуждается на международных форумах в контексте соблюдения прав человека. Борьба за здоровье женщин в России имеет свою специфику. Некоторые депутаты, например, предлагают укреплять здоровье женщин дополнительными мерами против женского курения (запретами и штрафами). Такие предложения отражают существующее в российском обществе представление о материнстве как доминирующей женской социальной роли, основанной на биологическом предназначении. Цель данного сообщения — обратить внимание исследователей на то, что этот и иные дискурсы «естественного предназначения», «естественной женской сущности» не только не являются препятствием для распространения женского курения, но и встроены в механизм получения экономической выгоды от продаж сигарет.

Есть нечто общее в представлениях и мнениях о женском курении, объединяющее разные социальные слои российского общества. Явно или не явно женское курение расценивается не только как вредная привычка, а как порок — дефект женской личности, корнящийся в ее природе. Виновными в распространении женского курения считают прежде всего феминисток, которых часто и представляют носительницами «дефектов» — недостаточно добродетельными и потому не полностью соответствующими своей женской сущности.

История свидетельствует о том, что феминистки действительно внесли свой вклад в распространение курения среди женщин. В целях достижения гендерного равенства они стремились выйти за пределы традиционных женских ролей, принять на себя мужские роли, а значит и мужской габитус, стиль поведения, маркеры «мужской» внешности и поведения (брюки, курение, сквернословие). Поэтому к завоеваниям феминизма относят не только получение женщинами избирательных прав, доступа к образованию, богатству, широкому кругу профессий, но и женское курение. Вместе с тем, с 60–70-х гг. XIX в. и по сегодняшний день в российском обществе стремление выйти за пределы традиционной роли расценивается как признак «порочности» женской натуры. Феминистки якобы хотят разрушить добродетельно-целомудренную женскую природу, которая и представляет истинно женской сущностью. На самом деле, роль феминисток в рас-

пространении курения несколько преувеличена: в основе распространения и укрепления габитуса курящей эмансипированной женщины, лежат, прежде всего, экономические причины. Известно, что борьба за женскую эмансипацию была использована как средство рекламы сигарет, что существенно расширило рынок продаж.

Вернемся к вопросу о борьбе с женским курением. Очевидно, что чем выше общий уровень благосостояния и образованности населения, тем более оно тяготеет к здоровому образу жизни. Но, увы, образы красоты с обложки глянцевого журнала с сигаретой, с одной стороны, и «свободной эмансипированной женщины», с другой, наряду и вместе с факторами экономическими, еще долго будут стимулировать женское курение. Живучесть этих образов подкреплена укорененностью в массовом сознании представлений о женщине как носительнице добродетели и порока (недостатка «природной» добродетели). В заключение отметим, что исторически сформированные социокультурные коды о естественном женском предназначении вытесняют из массового сознания понимание того, что от мужчин также зависит продолжение рода человеческого, и репродуктивная функция мужчин страдает от хронической интоксикации ядами. Таким образом, дискурс «женского предназначения» является тормозом в борьбе не только с женским, но и мужским курением.

Ипостаси пороков и добродетелей Forms of Vices and Virtues

**Зорин
Никита
Александрович**

Общество
Специалистов
Доказательной
Медицины (ОСДМ),
Москва, Россия

Nikita Zorin

Moscow branch
of Russian Society
for Evidence Based
Medicine (RSEBM),
Moscow, Russia

e-mail:
nzorin@inbox.ru

Некоторые вещи последовательно или одновременно существуют в трех ипостасях: греха или порока (многократного греха — религ. страсти), болезни, добродетели. Многие базисные религиозные грехи имеют аналоги в социальном списке болезней. Список же добродетелей являет собой их антонимы. Оба списка могут быть представлены еще как метафоры экономических категорий **растраты** (грехи, пороки) и **экономии** (добродетели); (в протестантизме даже слово **love** было заменено на **Charity**). Или иначе: **эксплуатации и смиренного подчинения**.

Представление о пороках и добродетелях меняется со временем исходя из экономической целесообразности. Иногда они даже меняются местами. Так ювенальная юстиция дает нам свежие примеры: «избыточная любовь к детям» или «избыточная чувствительность, эмоциональность», влекущие за собой экономически обоснованное (!) отлучение от объекта такой любви. «Нетрадиционная половая ориентация» из пороков перекечевала в медицинский диагноз, а потом — в список особых достоинств, обслуживаемых многогранной индустрией. Манипулирование сексуальностью — одна из самых эффективных и наиболее древних технологий подавления конкуренции и извлечения прибыли.

Ярлык «болезнь» появляется, когда неуместно говорить о грехе (е. г. светское государство) или пороке («общество, где им нет места!»), а когда не годится ни то, ни другое, явление переводится в добродетель («демократические завоевания») и эксплуатируется уже на другом поле.

Эти превращения — симптомы социальных манипуляций и инструменты давления, где конечная цель — **экономическое господство**.

Представляется, что грань и один из механизмов такого превращения — **момент, когда доходы от прежде терпимого явления становятся меньше затрат на него (лечение, тюрьмы)** и оно объявляется пороком/болезнью (игра в лотерею или лото поощряется государством). Так превращение вариантов нормальной жизни в болезни/пороки (е. г. ICD. F52.7 **«Повышенное половое влечение»**) направляются интересами бизнеса, предлагающего затем лечение

от этой «болезни». Или **превращение происходит в момент, когда приносящий доход процесс угрожает прекратить обогащение эксплуататора.** Например, диагноз «навязчивое стремление к свободе» (С. Картрайт) в эпоху рабства, или «эндогенное нежелание работать» (В. Филлингер) в эпоху нацизма.

То есть **отношение к порокам и добродетелям регулируется экономически.** При этом имеет значение **экономическая модель общественного института.** Частному здравоохранению «порочный» и/или неизлечимый пациент выгоден (так наркомафия создает и/или крышует лечебницы для наркоманов), тогда как для государственного он сулит только затраты. На этом этапе прежде параллельные интересы бизнеса и институтов сохранения государства могут разойтись.

Искушение информацией. Амбивалентность экзистенции человека информационной эпохи Information's Temptation. Ambivalent Existence Information Age's Human

**Игнатьев
Владимир
Игоревич**

Новосибирский
государственный
технический
университет,
Новосибирск,
Россия

Vladimir Ignatiev

Novosibirsk State
Technical University,
Novosibirsk, Russia

e-mail:

ighnatiev.v@inbox.ru

На рубеже XX–XXI веков информация стала одним из самых востребованных товаров на глобальном рынке, конкурируя с такими удовлетворяющими витальные потребности людей продуктами, как продовольствие и вода. Никогда ранее не существовало столь распространенного и доступного для миллионов товара. В чем причина ее востребованности и ежедневного, ненасытного вожделения?

Информация — это универсальный ресурс, открывающий доступ к удовлетворению комплекса базовых антропологических и социальных потребностей, поскольку позволяет черпать блага не только из отдельных фрагментов социальной жизни — экономики, власти, культуры, — но и из всего пространства благ и смыслов, в котором индивид не только может свободно перемещаться и потреблять, но и свободно участвовать в его наполнении сообразно собственным желаниям, страстям и фантазиям.

Экспоненциальный рост информации — «информационный взрыв» второй половины XX века — привел к возникновению процесса самопорождения символического, воображаемого социального мира — особой виртуальной «социальной реальности». Возникли относительно независимые от социальной действительности ее новые формы. Воображаемый мир стал опережать действительность. Картины социальной жизни в сознании индивидов стремительно усложнились, приведя к массовой дезориентации, утрате ценностей и смыслов. Обычным состоянием человека информационной эпохи стала жизнь в аномии.

Кибернетическое и Интернет-пространство одновременно открыли возможность вновь обрести определенность повседневной жизни, уйдя в виртуальную реальность как альтернативу социальной действительности. Так из мира информационных благ — информационного изобилия — человек попадает в порочный мир дезориентации и разрушения человеческих качеств и бежит дальше — в виртуальную «социальную реальность», где стремится

ся создать новую утопию. Весь внутренний жизненный мир человека как содержание его экзистенции присутствует в его воображаемых и действительных практиках и представлен как неразрывное единство добродетелей и пороков. В этом мире «социальной реальности» как параллельном социальном пространстве рядоположенном миру «социальной действительности», человек впервые получает возможность по крайней мере в виде неограниченных иллюзий быть действительно свободным и не скованным в своем безграничном развитии. Именно поэтому, в антропологическом аспекте, Интернет-пространство не знает границ.

Когнитивная свобода и беспредельная креативность как стремления становятся общепризнанными добродетелями, созданными на основе компьютерной и Интернет-техносфер. Жизнь в мире «социальной реальности» — главное искушение человека информационной эпохи. Но влечет туда его не только устремление обрести благостность, но и желание воспроизвести в киберпространстве все невозпроизводимые в социальной действительности пороки. Современный человек оказывается в бесконечном круге конструирования индивидуальных и групповых практик — от мирков креативности и самосозидания к отвратительным фантазиям и практикам разврата и обрушения общечеловеческих ценностей. Выдержит ли он испытание искушением совместить пороки и добродетели в ранее невиданных масштабах — зависит от его способности совершить когнитивную перестройку всего комплекса своей деятельности и не поддаться глобальным маркетинговым технологиям манипулирования вниманием. Ведь сегодня не тот владеет миром, кто владеет информацией, а тот, кто создает из нее образы и превращает их в инструменты манипуляции экономическим поведением.

Может ли языковая политика быть добродетельной или порочной?

Can a Language Policy be Virtuous or Vicious?

**Кадочников
Денис
Валентинович**

Санкт-Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

Вопросы языковой политики привлекают внимание исследователей, представляющих самые разные общественные и гуманитарные науки. Это неудивительно, поскольку и в прошлом, и в настоящем практически во всех странах мира эти вопросы занимали и занимают важное место в государственной политике. В истории мира, в том числе и России, немало примеров и того, как языковая политика может способствовать общественному прогрессу, и того, как ошибки и непродуманные действия в этой сфере могут вызывать серьезные конфликты.

**Denis
Kadochnikov**

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:
dkadochnikov@
yahoo.com

Как в социолингвистической литературе, так и в политических дискуссиях по вопросам языковой политики сложилась традиция обсуждения языковой ситуации и языковой политики, опирающаяся на трактовку некоторых целей языковой политики как заведомо добродетельных, а прочих — как заведомо порочных. Так действия или обстоятельства, способствующие сохранению того или иного языка, расширению сферы его использования, как правило, получают положительную оценку. Напротив, утрата языком тех или иных социальных функций, а тем более его исчезновение, рассматриваются в негативном ключе с использованием таких эмоционально-заряженных терминов, как, например, «языковая смерть».

Представляется, что этот подход не может считаться единственно возможным — он заведомо сужает рамки дискуссии, особенно политически-ориентированной. Именно поэтому, несмотря на огромный научный багаж социолингвистики, остаются и даже становятся более актуальными исследования языковых явлений в рамках других наук, в том числе экономической теории. При этом экономическая теория языка и языковых явлений не подменяет собой социолингвистику, а дополняет ее. Если социолингвистика изучает связь между языковой реальностью и социально-экономической реальностью, то экономическая теория подходит к языковой реальности как к части экономической реальности, к языку — как к экономическому явлению, к языковой си-

туации — как к рыночной ситуации, к языковой политике — как к элементу экономической политики. Это позволяет экономистам не только предложить структурированную теоретико-экономическую интерпретацию языковых явлений, но и углубить знания об экономике, экономической истории и экономической политике, прекратив «выносить за скобки» важнейшее общественное явление — язык.

Теоретико-экономический взгляд на языковую политику, впрочем, также не может считаться свободным от ценностных суждений. Экономическое обоснование той или иной политики основывается на идее экономической рациональности, которая отражает соответствующую систему ценностей, соответствующие представления о добродетели и пороке. И все же, сама по себе возможность обсуждения языковых явлений в рамках теоретико-экономической парадигмы, альтернативной социолингвистической, представляется важной для более глубокого их понимания.

«Все ромеи были абсолютно пьяны»: некоторые аспекты военной службы в X–XI вв.

“All the Romans Were Drunk Absolutely”: Some Aspects of Military Service in the X–XI C.

**Капсалькова
Карина
Рамазановна**

Уральский
федеральный
университет им.
первого Президента
РФ Б. Н. Ельцина,
Екатеринбург,
Россия

На войне нельзя предаваться праздности, писал Онасандр [1. Sp. 403–405], видевший в этом причину «неохотного» исполнения воинами обязанностей, ослабления тела и потери мужества [2. P. 16, 9.2–3]. Позже византийский писатель Кекавмен описал неудачный поход против печенегов в 1053 г. и повторил рассуждение Онасандра: «Избегай, стратиг, наслаждений, чтобы не попасть как птица в тенета» [3. С. 182.2–6]. Причина поражения императорской армии от кочевников заключалась в бездарном командовании «пристрастного к неге» проноита Болгарии синкелла Василия Монаха [3. С. 393–394].

Karina Kapsalykova

The Ural Federal
University named after
the first President of
Russia B. N. Yeltsin,
Yekaterinburg, Russia

e-mail:

carinne.kapsalikova@
gmail.com

Византийские авторы X–XI вв. считали, что враги Византии побеждали из-за «гибельного пристрастия» греков к вину. Лев Диакон, описывая критский поход 960 г., упоминает о стратиге Фракисия Никифоре Пастиле, которому император Никифор II Фока велел «бодрствовать и трезвиться, не предаваться праздности и лени» [4. P. 8.19–9.6]. Но стратиг и его воины пренебрегли словами императора. Во время сражения с арабами «все ромеи были абсолютно пьяны и едва держались на ногах». В итоге многие погибли [4. P. 9.22–10.11]. Обращаясь к войску, Никифор II рекомендовал: «Не станем тратить время на пьянство, но будем ромеями и докажем в битвах силу и благородство нашего рода!» [4. P. 18.7–10].

Лев Диакон упрекает византийских командиров в пьянстве. Доместик схол Запада магистр Иоанн Курсуас «вместо заботы о войске предавался постоянно безделью и пьянству, проявляя нерасторопность в управлении делами; поэтому помыслы росов и исполнились наглостью» [4. P. 126.15–20]. Описание его гибели под Доростолом наполнено злорадством: «Магистр несмотря на то, что у него сильно болела голова и ему хотелось спать из-за вина, выпитого за завтраком, вскочил на коня и бросился на скифов, но конь остуился и всадник сломал шею. Скифы увидели великолепное оружие и решили, что это император. Они изрубили его, насадили голову на копье и стали смеяться над ромеями. Магистр пал жертвой вар-

варов за то, что ранее присвоил себе священные реликвии и церковные сосуды» [4. Р. 148.5–22].

В византийских текстах X–XI вв. состояние опьянения могло трактоваться иносказательно. Лев Диакон пересказывает письмо императора Иоанна Цимисхия патрикию Варде Фоке: «Мы советуем вам выйти из состояния опасного опьянения и немедленно воспользоваться предлагаемым нами спасением» [4. Р. 115.19–22]. В 1047 г. восставшая против Константина IX Мономаха македонская аристократия осадила Константинополь. Мятежники под руководством Льва Торника издевались над императором, «...обзывали окаянным и любителем нечестивых забав, пагубой для города и гибелью для народа». Изображая пьяных, они «сошли с коней, на виду у всех устроили хоровод и стали разыгрывать сочиненные тут же комические сценки про императора, при этом притоптывали ногами в такт песне и пританцовывали» [6. С. 102].

Литература

1. **Daly L. W., Oldfather W. A. Onasander.** Pauly's Real-Encyclopädie der classischen Altertumswissenschaft. Neue Bearbeitung. Hrsg. von G. Wissowa. Stuttgart, 1939. Sp. 403–405.
2. Onosandri de imperatoris officio liber. rec. A. Koechly. Lipsiae, 1860.
3. Советы и рассказы. Поучение византийского полководца XI века. 2-е изд. / Подгот. текста, введ., пер. с греч. и коммент. Г. Г. Литаврина. СПб., 2003.
4. **Leonis Diaconi Caloesis.** Historiae libri decem et Liber de velitatione bellica Nicephori Augusti. Rec. C. B. Hasii. Bonnae, 1828.
5. **Ioannis Scylitzae.** Synopsis historiarum. Rec. I. Thurn. Berlin; New York, 1973.
6. **Михаил Пселл.** Хронография / Пер., статья и примеч. Я. Н. Любарского. М., 1978.

Бинарность человека по Б. Мандевиллю в эволюции экономики порока и добродетели с позиций фрактального кроссдисциплинарного синтеза

Binaries of Humans According to Bernard Mandeville in the Evolution of Economy of Vice and Virtue from the Standpoint of Fractal Cross-Disciplinary Synthesis

**Колесникова
Людмила
Арнольдовна**

Российская
академия народного
хозяйства
и государственной
службы при
Президенте РФ,
Москва, Россия

**Митясова
Екатерина
Александровна**

Манчестерский
университет;
Центр социальных
инноваций
и коммуникаций
в гражданском
обществе
«SOCINCO»,
Москва, Россия

Аннотация. Понимание институциональных рамок социально-экономической жизни в демократических странах с рыночной экономикой за последние 300 лет существенно изменилось, как и сама жизнь. Содержание концептов всеобщих выборов, свободы слова, мультикультурализма и социальных гарантий, свободной конкуренции, дисконтированных денежных потоков и жесткой диады коммерческой/некоммерческой деятельности и др. еще будет переосмысливаться. Вместе с тем как и во время написания Бернардом Мандевилем своей «Басни о пчелах», эти рамки и сейчас в целом можно охарактеризовать как **общество и экономику пороков и добродетелей**.

Почему же исследователям и практикам на Западе и Востоке полезно вновь обратиться к провокационным размышлениям английского литератора и философа об общественной выгоде от «укрощенных» пороков и об идеях моралистов, приговоривших его современников и будущие поколения к бинарной самоидентификации при выборе организационно-правовой формы экономической деятельности между «бессовестными мошенниками» и «возвышенными одухотворенными натурами»?

Ключевые слова: институциональные рамки, фракталы, кросс-дисциплинарный синтез, эволюционная теория

Дело в том, что модели устройства общественной жизни, еще недавно вдохновлявшие своей риторикой и динамикой, уже перестают служить надежным образцом и гарантом **баланса развития и стабильности**.

Необходимость их обновления ощущают теоретики и практики на самых разных уровнях. Так, на саммите G20-2009 в Лондоне была поставлена цель развития более тонких механизмов финансового регулирования и координации. Однако отсутствие результатов в этой сфере подтверждает важность поиска новых подходов к решению задач про-активного антикризисного управления и риск-анализа источников внутрисистемных противоречий. А они — в интеллектуальных конструктах, определяющих экономическое бытие.

В докладе рассмотрены возможности методологии фрактального кросс-дисциплинарного синтеза знаний из социальных и гуманитарных наук и достижений эволюционистов Швеции, России, США по созданию теории **естественного упорядочения**. Она, в отличие от теорий **отбора и номогенеза**, обладает универсальным объяснительным и прогностическим потенциалами, являя новое качество естественно-научной рациональности как фундамента новых моделей риск-анализа, в том числе, степени общественной опасности тех или иных пороков для принятия ответственных управленческих/политических решений в локальных и глобальных «точках сборки».

**Ludmila
Kolesnikova**

Russian Presidential
Academy of National
Economy and
Public Administration,
Moscow, Russia

Ekaterina Mityasova

University of
Manchester,
Manchester, United
Kingdom; Centre for
social innovation and
communication in civil
society “SOCINCO”,
Moscow, Russia

e-mail:

ludimirova@yandex.ru
mityassova@mail.ru

Экономика добродетелей и пороков как история и типология обмена

The Economy of Virtue and Vice as a History and Typology of Exchange

**Королев
Александр
Валерьевич**

Институт Истории
Искусств
(Зубовского),
Санкт-Петербург,
Россия

Aleksandr Korolev

Russian Institute
of Art History
(Zubovsky),
St. Petersburg,
Russia

e-mail:
ak7419@mail.ru

Восходящее к Марксу определение экономики рассматривает ее как сферу обмена. Капитал превращается в производство, производство вместе с вложенным в него сырьем и трудом превращается в товар, а проданный на рынке товар вновь превращается в капитал. С этой точки зрения экономика добродетелей и пороков должна представлять собой такую сферу, где происходит их **обмен**, иначе говоря, превращение одного в другое. Казалось бы, такой сферы не существует, и марксистское понятие обмена оказывается здесь бессильным. Однако, если начать говорить о добродетелях и пороках не как о нравственных ценностях, а как о **товаре**, который продается на **рынке**, то можно будет убедиться в продуктивности марксистского понятия обмена и увидеть, как этот обмен может осуществляться на практике.

В тех сферах рынка, которые существуют незаконно и обычно связаны с криминальным или полукриминальным бизнесом, в качестве товаров представлены такие порочные вещи как наркотики, сексуальные услуги и т.п. Природа этих «порочных» вещей может быть буквально описана как пример превращения высших человеческих ценностей (добродетелей), среди которых жизнь, здоровье, свобода, физическая чистота, — в товар, а следовательно во зло.

Помимо криминального рынка могут быть названы и такие условия, при которых экономический процесс превращения добродетелей и пороков в товары и друг в друга происходит совершенно легально. Например, современная массовая культура помимо всего прочего представляет собой рынок, где образы порока торгуются на законных основаниях.

Что касается типологии обмена добродетелей и пороков, то помимо описанного универсального способа, связанного с экономикой товарных отношений, в качестве особого отклонения можно рассматривать советский вариант. Когда

в 1917 году в результате Октябрьской революции в России была уничтожена частная собственность и до крайней степени ограничены товарно-денежные отношения, традиционная экономика добродетелей и пороков практически прекратила свое существование. Однако сам обмен не прекратился, а приобрел новое направление, а вместе с ним и новый размах. Потеряв отношение к рынку товаров и услуг, то есть к экономике, он нашел себе место на рынке идей, то есть в сфере идеологии.

Именно идеология стала в СССР той средой, где рождались и распространялись мифы о различных политических ересьях. Если человек попадал под негативное действие такого мифа, он и вся его деятельность (общественная, экономическая, административная, исследовательская, эстетическая) признавались носителями зла и требовали устранения. Сколько бы ни был такой человек политически лоялен, экономически полезен, интеллектуально продуктивен, морально чист, если он считался зараженным политической ересью, это было неизбежно. Размах политических репрессий 1930-х годов стал свидетелем того масштаба, которого достиг в СССР обмен добродетелей и пороков, превратившись в идеологический дискурс.

В условиях капиталистической экономики превращение добродетелей в пороки происходит в результате обмена, в котором участвуют деньги. В СССР деньги заменила идеология, и это не столько метафора, сколько знак экономической закономерности. Идеология в СССР была не столько набором философских понятий, культурных кодов, социальных программ, сколько формой политического **капитала**, и каждый акт идеологически мотивированного превращения добродетели в порок (например, признание врагом народа невинного человека) был актом, совершавшимся с участием этого капитала и служившим интересам его роста. Результатом интенсивного развития этого обмена стало превращение добродетели в форму политического капитала и его полное сосредоточение в руках власти.

Практики потребления алкоголя и их связь с социальной структурой в современной России

Alcohol Drinking Patterns and Social Structure in Contemporary Russia

**Котельникова
Зоя
Владиславовна**

Национальный
исследовательский
университет
«Высшая Школа
Экономики», Москва,
Россия

Zoya Kotelnikova

National Research
University "Higher
School of Economics",
Moscow, Russia

e-mail:

kotelnikova@hse.ru

Недавно опубликованные исследования свидетельствуют о формировании новой культуры потребления алкогольных напитков в современной России [Тапилина, 2006; Мартыненко, Рощина, 2014]. В частности, указывается, что в 2000-х гг. произошёл переход от так называемой культуры северного типа, где предпочтение отдаётся крепким напиткам, к центрально европейской модели, в рамках которой наибольшим спросом пользуется пиво [Porova, et al., 2007; Мартыненко, Рощина, 2014]. Основными факторами такого перехода, как правило, считаются общемировые тренды, рост материального благосостояния россиян, массовый туризм, а также поступательные реформы, связанные с ужесточением регулирования рынков алкогольной продукции. Несомненно, все перечисленные факторы сформировали новые экономические условия, которые способствовали и культурным сдвигам в потреблении алкоголя. Однако в этой цепочке рассуждений пропущенным звеном являются социальные группы, которые выступают носителями происходящих изменений.

Целью представляемого исследования выступает выявление набора практик потребления алкоголя и соотнесение их с социальной структурой российского общества, а также определение групп населения, которым присущи новые стили потребления алкогольных напитков. Классификация практик потребления алкоголя строится на основе видов потребляемых алкогольных напитков, регулярности употребления алкоголя, мест потребления алкоголя и характера совмещения алкоголя с приёмом пищи. Эмпирической базой исследования выступает объединённый массив данных опросов домохозяйств и взрослого населения в возрасте 15 лет и старше, проведённых в рамках 21-ой волны РМЭЗ ВШЭ. Обработка данных включает применение tandemного подхода (факторный анализ в сочетании с кластерным анализом) и анализа соответствий.

В результате анализа данных были получены шесть практик потребления алкоголя и проверена их связь с социальной структурой. Среди представителей верхних классов чаще всего встречаются потребители лёгких и дорогих видов алкоголя. К ним примыкают потребители домашних алкогольных напитков, в то время как среди представителей нижних классов обнаруживается больше любителей водки и других традиционных и более дешёвых напитков, а также потребителей, склонных к чрезмерному потреблению алкоголя. Практики средних слоёв населения оказываются менее выраженными, переходными.

Литература

- 1. Рощина Я. М., Мартыненко П. А.** Структура потребления алкоголя как индикатор социальной группы в современных российских городах // Экономическая социология, 2014. Т. 15. № 1. С. 20–42.
- 2. Тапилина В.** Сколько пьёт Россия? Объем, динамика и дифференциация потребления алкоголя // Социологические исследования, 2006. № 2. С. 85–94.
- 3. Popova S.** et al. Comparing Alcohol Consumption in Central and Eastern Europe to Other European Countries // Alcohol & Alcoholism, 2007. 42 (5): 465–473.

Дает ли статистика производства и потребления алкоголя в России ответ на вопрос об эффективности государственной антиалкогольной политики

Does Statistic on Production and Consumption of Alcohol in Russia Give the Answer About the Effectiveness of the Government's Anti-alcohol Policy?

**Кратко
Ирина
Геннадиевна**

Национальный
исследовательский
университет
«Высшая Школа
Экономики», Москва,
Россия

Irina Kratko

National Research
University "Higher
School of Economics",
Moscow, Russia

e-mail:
igkratko@hse.ru

В 2012–2013 годах группа ученых из Высшей Школы Экономики провела исследование для Международного центра алкогольной политики (США) по изучению нелегального алкогольного рынка в России. Целью работы было изучить влияние мер государственного регулирования на производство и потребление легального и нелегального алкоголя. Особенное внимание было уделено рассмотрению влияния цен, налогов и ограничений на продажу и доступность на производство и потребление нелегального алкоголя.

Данные по продажам, производству, импорту и экспорту брались из отчетов Федеральной службы государственной статистики (Росстат). Анализ нелегального рынка по этим данным позволяет отследить только потребление крепких алкогольных напитков, которые нелегально произведены, но реализованы через легальную розничную сеть. В результате эти цифры проходят через официальную статистику продаж, но не проходят через официальную статистику производства. Для целей исследования мы назвали нелегальный алкоголь термином «легально проданный, но нелегально произведенный крепкий алкоголь (ЛПНА).

В исследовании были изучены за 1998–2012 годы: (1) тренды легального и ЛПНА рынков в России; (2) зависимость между акцизами, минимальными и средними ценами на водку и легальным и ЛПНА рынками.

Исследование показало противоположные тренды легального и ЛПНА рынков. Были замечены провалы в графике ЛПНА в 2006–2007 и 2011–2012 гг. Наиболее важным результатом явилось то, что в 2011–2012 годах тренд ЛПНА снижался, а общее потребление легального алкоголя росло на фоне роста всех трех ценовых переменных.

«Милицейская норма»: практики потребления алкоголя в номенклатурной провинциальной среде в первое послевоенное десятилетие

“Militia Portion”: the Practice of Alcohol Consumption in the Nomenclature of the Provincial Milieu in the First Postwar Decade

На основании архивных материалов (протоколов партийных собраний, заседаний парткомов, переписки с партийными инстанциями, справок и докладов) предполагается обсудить содержание, формы и смыслы практик алкогольного потребления в номенклатурных корпорациях.

Проверяется гипотеза о том, что эти практики реализовывались в двух видах: как паттерны поведения и как социальные девиации.

Паттерны поведения входили в состав общих неписанных институциональных норм (обычаев), регулирующих исполнение социальных ролей «ответственных работников».

Источники формирования паттернов можно обнаружить в традициях образа жизни людей, вышедших из городских (слободских) низов, в устойчивых формах сельской праздничной культуры; в распространенных в низах общества представлениях о статусном поведении начальства. Властные инстанции, допускавшие и в послевоенную эпоху поощрявшие потребление алкоголя в первую очередь из экономических соображений, в то же время были вынуждены регламентировать этот процесс, хотя бы из соображений восстановления социального порядка.

Алкогольные практики в этой своей форме регламентировались количественно (завтрак офицера милиции — 100 грамм водки и кружка пива, известные под названием «милицейской нормы»); качественно (алкогольные напитки, продающиеся в государственной или в коммерческой торговой сети); календарно (офици-

**Лейбович
Олег
Леонидович**

Пермская
государственная
академия
искусства
и культуры,
Пермь, Россия

Oleg Leibovich

Cultural Studies
Department
of Perm State
Academy of Art
and Culture, Perm,
Russia

e-mail:

oleg.leibov@gmail.
com

альные праздники); темпорально (обед, ужин); локально (дом культуры, квартира) и социально (семья, сослуживцы, равные по рангу).

Алкогольные практики становились девиантными в следующих ситуациях: неумеренное потребление, повлекшее за собой публичное нарушение общепринятых норм (уличные скандалы, конфликты с железнодорожными попутчиками и пр.), утрата ранговой социальной идентичности (пребывание в «нехорошей квартире» или в неподобающей компании: «учетники», агенты, но также и официальные лица, принадлежащие к иной организации: для сотрудника МГБ — работники райкома, для адвокатов — члены суда и сотрудники прокуратуры; для партийных работников — торговые служащие); употребление самогона; наконец, сексуальные притязания и эксцессы.

Властные инстанции обеспечивали доступность алкоголя: киоски, павильоны, пивные, установленные и в центре, и возле заводских проходных, на практике толерантно относились к алкоголизации номенклатурной среды, более того, пресекали критику алкогольных практик («тот, кто говорит, что мы напиваемся как свиньи, повторяет фашистскую пропаганду»; «утверждение, что от водки на фронте гибли целые дивизии, является злостной клеветой на Советскую армию»).

Для номенклатурных работников употребление алкогольных напитков, по преимуществу водки, иногда в партийных документах называемой вином, или белым вином, выполняло, кроме явной компенсации неустойчивости и сомнительности социальных статусов, и иные социокультурные функции: ранговой презентации, выстраивания горизонтальных связей в управленческих коллективах, нейтрализации начальственного произвола, формирования иллюзорной приватности в обществе открытых дверей и окон без штор и занавесок, заполнение «пустого времени» на службе и дома.

Баня, веник и что-то к пиву (материалы к анализу культурных практик замедления)

Baths, Bath Besom and Some Snacks With Beer (Materials to the Analysis of Cultural Practices Deceleration)

В осмыслении пристрастий и привычек в потреблении определенных продуктов (в нашем случае — пива) полезно обратиться к изучению его наиболее устойчивых, ритуализированных форм. Определяющие качества продукта, задействованного в ритуале, бросают свет на его экзистенциальный смысл, а смысл ритуала, в свою очередь, помогает уяснить символическую составляющую в его потреблении.

Привилегированной формой потребления для пива (или одной из таких форм) является баня (банная церемония, банное действие). Пиво-в-бане (или после бани, в продолжение бани) — яркий пример **ритуализированного потребления**. Баня, веник и пиво с подаваемой к нему сушеной рыбы образуют устойчивое ассоциативное единство. Баня как место и ритмизированный порядок действий помогает обрести особую расположенность, войти в особое, отличное от повседневности состояние. Банное действие переводит нас из режима озабоченности в режим подвижного покоя. Чередование горячей парной, ударов веником и контрастных погружений в холодную воду (снег) производит столь сильное воздействие на тело и душу, что даже самый **озабоченный** через короткое время целиком погружается в освобождающий от посторонних мыслей и переживаний ритм банной церемонии. Не последнюю роль в освобождении от суеты и озабоченности способно сыграть и пиво, которое действует в том же направлении, что и банное действие в целом.

В качестве слабоалкогольного напитка оно способствует **отстранению** от того, что находится за границами «здесь и теперь», растягивая настоящее, и тем самым **замедляет** время. Пиво в бане — это вспомогательное средство для тех из любителей веника и пара, которые еще не достигли совершенства в проведении банного ритуала. Истинный мастер банной церемонии не нуждается для ее проведения в пиве; для вхождения в особенное расположение ему достаточно самой бани (парная, веник, холодная вода, снег); пиво и рыбу он откладывает на «после-бани»,

**Лишаев
Сергей
Александрович**

Самарская
гуманитарная
академия,
Самара, Россия

Sergey Lishaev
Samara Academy
of Humanities,
Samara, Russia

e-mail:
lishaevs@bk.ru

продляя состояние райской беззаботности за границы собственно бани. В том случае, когда банный ритуал имеет своим внутренним центром не расположенность, достигаемую в контуре банного действия, а расположенность, возникающую в ходе дружеского общения (компания в бане), роль пива в ее создании заметно возрастает. Ведь его особенность в том, что его пьют без спешки. Пиво, с одной стороны, служит действенным замедлителем времени, а с другой — алкогольным медиатором общения, сближающим далекое, сопрягающим разнородное. Малый градус и медленное нарастание опьянения благоприятствуют дружескому общению и не мешают париться. Не случайно древние греки, собираясь на симпозион, использовали разбавленное вино, которое содержало те же 4–6 градусов алкоголя, что и пиво. Это как раз тот градус, который помогает поддерживать оживленную беседу длительное время, избегая как вялости и сонливости, так и вспышек агрессии.

Способность пива быть медиатором общения усиливает российская традиция сочетания пива с сушеной рыбой. С рыбой пиво быстро не выпьешь, а рыбу с пивом быстро не съешь. Общение в бане приобретает гибкость и свободу, благодаря возможности каждого из участников посиделок ускользнуть от неинтересной лично для него темы разговора в разбор рыбы или в парную. Если напряжение в общении банного формата все-таки возникает, оно легко снимается там, где пиво, веник и рыба выступают полноправными соучредителями дружеского пира. Как видим, пиво органично встраивается как в собственно банное действие, так и в ритуал симпозиона, совмещаемый с банным ритуалом или его продолжающий (пиво-с-друзьями-после-бани). Экзистенциальный смысл и банного ритуала, и такого напитка, как пиво можно усмотреть в их возможности способствовать замедлению времени и вхождению человека в такой модус существования, когда медитация, созерцание и общение и желанны, и возможны.

Роберт Бёрнс: кумир или жертва советского культурнопитейского эксперимента? (К вопросу о проалкогольных тенденциях в восприятии поэзии Бёрнса в советское время)

Robert Burns: Idol or Victims of the Soviet Alcohol Experiment? (The Question of Alcoholic Tendencies in Perception Burns Poetry in Soviet Times)

Поэт Роберт Бёрнс (1759–1796) пользовался в советский период всенародной любовью. Декламацию его стихов можно было услышать по центральному телевидению, песни на его слова задушевно исполнялись в студенческих компаниях, турпоходах и т. п. Переводы Самуила Маршака сделали его чуть ли национальным российским поэтом. Во многих советских сборниках переводов стихов Р. Бёрнса сразу вслед за «Честной бедностью», органично вписывавшейся в антикапиталистическую риторику власти, располагался «Джон Ячменное зерно». И если первое стихотворение поднимало алкогольное издевание до символа социальной несправедливости («Мы хлеб едим и воду пьем, / ... А между тем дурак и плут / Одеты в шелк и вина пьют»), то второе представляет собой гимн производству и потребления пива. Традиция многократного переиздания сборников стихотворений Р. Бёрнса в переводах С. Маршака (открывающихся «Честной бедностью» и «Джоном Ячменное Зерно») сохранилась и в постсоветской России.

Выборочный анализ стихотворений Бёрнса дает основания предположить, что плотность проалкогольных образов не только отражает личность поэта, но и давление пронаркотического культурного поля. Показательна судьба стихотворения «Landlady, count the lawin», носящего в переводе куда большее алкогольное содержание, чем оригинал. Лишь только одна его фраза — Ye're a' blind drunk — может быть однозначно увязана с алкогольной тематикой. В переводе стихотворение не только возрастает в полтора раза (шесть куплетов вместо четырех), но и каждый куплет пропитывается образами вина и опьянения.

В результате многолетней переводческой и издательской политики в представлениях большинства россиян образ «Джона Ячменного Зерна» (в соответствии

**Ловчев
Владимир
Михайлович**

Казанский
национальный
исследовательский
технологический
университет,
Казань, Россия

Vladimir Lovchev

Kazan National
Research
Technological
University, Kazan,
Russia

e-mail:
v.lov4ev@yandex.ru

с пафосом стихотворения Р. Бёрнса) имеет ярко выраженные проалкогольные черты и редко у кого ассоциируется с одноименным сухозаконным романом Джека Лондона.

Хорошее знание С. Маршаком английского языка исключает непрофессионализм перевода.

Проалкогольный перекося не может быть объяснен случайностью. Аналогичные «проалкогольные культурные добавки» четко просматриваются в ту эпоху в переводах сонетов Шекспира самим Маршаком, «Слова о Полку Игоре» Н. Заболоцким и во многих других переводах с различных живых и мертвых языков.

Судьбы творчества Бёрнса отразили общие для всей советской культуры тенденции. С начала тридцатых годов XX века, после «Великого перелома», всей мощью государства проводился курс на так называемое «культурное», «умеренное» (якобы) алкоголепотребление.

В результате в СССР сформировалась тоталитарная модель отношения к психоактивным веществам (ПАВ): была физически устранена трезвенническая субкультура, лишились возможности самовыражения и алкоголики. К 70-м годам XX века эта модель показала свою полную несостоятельность, ибо она не только не сдерживала рост проблемного потребления ПАВ (в первую очередь), но и приводила к «наслаиванию» на прежние проблемы рост женского и детского алкоголизма. Поэтому закономерно был сменен основной принцип профилактики (вместо «Пьянству бой!» — «Трезвость — норма жизни»), что вызвало к жизни новые подходы к роли культуры в оздоровлении общества.

Библия о потреблении алкоголя The Bible on Alcohol Consumption

Теме потребления алкоголя посвящено немало стихов в книгах Ветхого и Нового Заветов. Она затрагивается библейскими авторами в различном контексте. Тем не менее во всех фрагментах прослеживается четкая и непротиворечивая нормативная позиция по этому вопросу. Ветхозаветный Закон и Христианское учение не запрещает употребление алкогольных напитков, но пьянство однозначно считается пороком, тяжким греховным состоянием человека. Согласно книге Бытия (Быт 9:20–21) первым человеком, который испытал на себе действие вина, был праотец Ной. Из этого эпизода, однако, не выводится запрет на потребление алкоголя. Вино, судя по многочисленным ветхозаветным и новозаветным фрагментам, становится одним из основных продуктов питания, оно используется в медицинских целях. Псалмопевец Давид отмечает, что в разумных дозах оно веселит сердце человека (Пс 103:15). Более того, вино становится сакральным продуктом. Мелхиседек, царь Салимский, самая таинственная ветхозаветная персона, приносит хлеб и вино в дар Аврааму (Быт 14:18). Оно, наряду с другими продуктами, используется в ветхозаветных жертвоприношениях. Сакральное значение вина многократно усиливается в Новом Завете с момента Тайной Вечери, на которой было впервые совершено таинство евхаристии (Мф 26:27, Лк 22:20).

В то же время как в ветхозаветных, так и в новозаветных книгах однозначно осуждается пьянство. «Отвратительно пьянство их» (Ос 4:18). От пьянства предостерегает праведный Товит: «И пьянство да не ходит с тобою в пути твоём». (Тов 4:15). Апостол Павел недвусмысленно замечает, что пьяницы, как и блудники, мужеложники, воры и лихоимцы, Царствия Божия не наследуют (1 Кор 6:10). Многие ветхозаветные и новозаветные аскеты, напр. св. Иоанн Креститель (Лк 1:15), ради духовного совершенствования, на основании свободного решения, совершенно отказывались от вина и других спиртосодержащих напитков. Апостол Павел отмечает, что лучше воздерживаться от вина, если его употребление становится соблазном для ближних: «Лучше не есть мяса, не пить вина и не делать ничего такого, отчего брат твой претывается, или соблазняется, или изнемогает» (Рим 14:21). Это очень важная мысль, которую не всегда помнили в последующие века христианства. Во время Своей земной жизни Спаситель проявляет достаточно гибкий подход

**Лукин
Сергей
Владимирович**

Белорусский
государственный
университет,
Минск,
Беларусь

Sergei Lukin

Belarus State
University, Minsk,
Belarus

e-mail:
lukin@sbmt.by

к вопросу потребления алкоголя. Св. Иоанн Богослов в повествовании о чуде в Кане Галилейской (Ин 2:1–11) отмечает, что Спаситель откликнулся на просьбу Пресвятой Богородицы и претворил достаточно большое количество воды в вино, несмотря на то что многие гости, по словам распорядителя пира, были уже навеселе. Спаситель, по-видимому, счел худшим вариантом раздражение и озлобление некоторых гостей из-за недостатка вина.

Где же кончается разумное потребление и начинается пьянство?

Христианское учение дает достаточно ясный ответ на этот вопрос. Пьянство начинается, когда человек становится рабом алкоголя (Ин 8:34). Принцип гибкого христианского подхода предполагает, что сохранение самоконтроля для одного человека означает умеренное потребление алкоголя, для другого — полное воздержание от него.

«Зеленый образ жизни»: цель или средство выживания?

“Green Lifestyle”: an Aim or a Means of Survival?

«Зеленый образ жизни» своей противоречивостью воплощения является, наверно, самым значимым примером соединения добродетелей и пороков в современной экономике. Он выступает частью концепции «устойчивого развития». Именно устойчивое развитие акцентирует внимание на этическом поведении в бизнесе. Социальные факторы, такие как мироощущение, ценности, образ жизни, становятся всё более важны в экономических результатах. На практике это порождает столкновение «Free trade» and «Fair trade», то есть концепции «Свободной торговли» против концепции «Справедливой торговли». В более общем плане, по нашему мнению, это столкновение экономики и маркетинга, экономического подхода «Издержки — выгоды» и маркетингового подхода, основанного на создании и реализации потребительской ценности.

Маркетинговый подход акцентирует внимание не на реальных характеристиках товаров и услуг, а на потенциальных выгодах, получаемых их обладателями. Применительно к «зелёному образу жизни» такими потребительскими целями выступают стремление добывать энергию из воспроизводимых источников, потреблять экологически чистые продукты, снижать энергопотребление в быту. Поскольку выгоды «зелёного образа жизни» являются не реальными, а мнимыми, то необходимо было создать добродетельный образ «зелёного потребителя» и называть порочными всех, кто не разделяет подобные ценности. Каждая конкретная составляющая «зелёного образа жизни» не подтверждается никакими объективными данными и представляет собой только догмат веры. Например, как показывают многолетние исследования, воздействие органических продуктов на человеческий организм ничуть ни лучше, чем потребляемых обычных продуктов.

Добродетельный образ «зелёного потребителя» создавался компаниями, государством и общественными организациями в течение десятилетий. «Зелёный маркетинг» выстраивается в следующую логическую цепочку. Компании и государство ведут обучение клиентов экологическим преимуществам продуктов и услуг. Озабоченные состоянием окружающей среды потребители платят больше за товары. Фирмы осуществляют разработку и маркетинг продуктов, создаваемых, чтобы минимизировать негативное воздействие на окружающую среду или улучшить состояние окружающей среды.

**Лукичёв
Павел
Михайлович**

Санкт-Петербургский
Государственный
Институт Культуры,
Санкт-Петербург,
Россия

Lukichev Pavel

St. Petersburg State
Institute of Culture,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:
loukichev20@mail.ru

Экономическими последствиями такого подхода стало удорожание потребляемых товаров и изменение условий международной конкуренции. Противопоставление экономического подхода «Издержки — выгоды» к развитию и «свободной торговли» (Free trade) устойчивому развитию и справедливой торговле (Fair Trade) имеет чисто экономическую основу: проигрыш развитых стран в конкуренции по издержкам Китаю, Ю. Корее, Японии. Как следствие — активизация поисков альтернативной основы для международной торговли. Особенно это касается европейских стран, преуспевших в регулировании рынка труда (дорогая рабочая сила). Люди всегда ищут благородные (а не реальные) оправдания для любых своих поступков. Нужна была новая причина для субсидирования производства в этих странах.

Пока же реальный «зелёный образ жизни» является средством выживания, порождая больше вопросов, чем решений. Почему развитые страны, которые декларируют приверженность «зелёным ценностям», ведут в реальности образ жизни, гораздо менее «зелёный», чем другие страны? Неполитизированный международный индекс Greendex год за годом фиксирует, что Швеция и Германия, не говоря уже о замыкающих **США**, гораздо хуже в «Зелёном образе жизни», чем Россия. Является ли «зелёный образ жизни» развитием глобальной экономики вперёд, или это боковой путь эволюции? «Зелёный образ жизни» — это прогресс или это попытка заблокировать экономический рост стран-конкурентов? Создаёт ли данная концепция ценности, к которым должно стремиться человечество? Ответы на эти вопросы даст только время.

Маркетинг впечатлений

Experiential Marketing

Культура — неотъемлемая часть общественной системы — является уникальным ресурсом: это культурное наследие; уникальный творческий потенциал ее создателей, передаваемый из поколения в поколение; культурные традиции, воплощенные в интересе населения к культуре и ее ценностям.¹ Культура становится ресурсом и действующим агентом развития. Она обеспечивает создание «креативного сектора экономики» — творческих индустрий, которые способствуют увеличению инвестиционной привлекательности территорий, росту квалификации работников, мотивации инноваций и творчества, повышению конкурентоспособности городов и стран. В связи с этим экономисты говорят о наступлении «эры креативной экономики».²

Ключевые слова: маркетинг впечатлений, экономика впечатлений, маркетинг социальных медиа, интернет-маркетинг.

«Экономика впечатлений» — один из признаков осуществления перехода к новой эре креативной экономики. Для современного потребителя, пресыщенного традиционной товарной экономикой, все большее значение приобретают социально-психологические тренды, становящиеся отличительными чертами отдельных субкультур, в том числе — появление потребности во впечатлениях. Впечатления стали объектом потребления, причем часто они могут быть достаточно экстремальными, или не иметь ничего общего с реальным миром (компьютерные игры, СМИ, комиксы, сфера туризма и услуг, обещающие незабываемые впечатления). Создание впечатлений — основной источник добавленной стоимости новой экономики, причем в этом процессе совместно с производителями участвуют сами потребители («prosumption: production + consumption»). Миграция создания ценности идет рука об руку с процессами усложнения потребностей. Впечатления создаются за счет эффекта вовлеченности, наблюдатели формируют наблюдаемые события. На этом строится весь современный маркетинг — маркетинг социальных медиа (SMM — Social Media Marketing). При помощи инструментов, известных как 4P, все эти тенденции легко обнаруживаются.

**Лукичева
Татьяна
Алексеевна**

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

**Tatiana
Lukicheva**

St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

e-mail:
t.lukicheva@spbu.ru

1. **Рубинштейн А. Я.** Круглый стол: Культура и институциональные реформы // Журнал Новой экономической ассоциации. 2014. №4 (24). С. 182.

2. **Howkins J.** Creative Economy: How People Make Money from Ideas. 2011 (**Джон Хокинс.** Креативная экономика. М.: Классика-XXI, 2011)

Плохо это или хорошо? Станет ли это просто новым витком консюмеризма для массового потребителя или трансформацией, относящейся только к элитам, или ценнейшим ресурсом новой креативной экономики, зависит, в том числе, и от имеющихся культурных настроек в обществе. Пока отсутствие единого культурного эталона следует из предпосылки о том, что активность каждой отдельной страны основана на закономерностях, сформировавшихся в результате исторической эволюции ее институтов. Вместе с тем есть необходимость в выработке общих институциональных подходов и обмене лучшими практиками. Возникли единые угрозы, которые являются результатом использования приемов и методов достижения эффекта вовлеченности.

Неоднозначным проявлением эффекта вовлеченности последнего времени стало увлечение «селфи». Этот неологизм возник всего год-два назад. Его распространение связано с появлением мобильных телефонов с фронтальной камерой. С одной стороны, он ничем не отличается от увлечения фотографированием. С другой — это стало новым явлением интернет-культуры. Некоторые психологи усматривают потенциальную опасность или даже признаки некоторого расстройства, к которому может привести такое культивирование набирающей силу тенденции к тщеславию и самолюбованию. Люди не фотографируют мир, он становится для них лишь декорацией. Одни, подверженные нарциссизму, используют социальные сети, чтобы при помощи «селфи» заявить о себе, запечатлеть свою биографию, сформировать свой публичный образ. Других это провоцирует на своеобразный вуайеризм. В этом случае техническая зависимость дополняется другими видами психических отклонений. Поэтому формирование культурных кодов, воспитание вкуса становятся необходимыми для нынешнего этапа общественно-экономического развития.

Правовое регламентирование азартных игр в средневековой Кастилии

Legal Regulation of Gambling in Medieval Castile

В рамках доклада рассматривается правовой режим азартных игр, установленный в королевстве Кастилии и Леона в середине–второй половине XIII века законодательством короля Альфонсо X Мудрого (1252–1284). Нормы, регламентирующие азартные игры, положение игроков и, что более важно, содержателей игорных домов, были сведены в «Уложение об игорных домах», вступившее в силу около 1274 года. Составленное, как принято считать, королевским юристом магистром Рольданом, «Уложение...» включало в себя 44 закона, охватывавших все основные сферы игорного бизнеса того периода. В нем были освещены вопросы о том, что называется игорным домом, кто имеет право его содержать, в чем правовой режим королевского игорного дома отличается от частного притона, кто такие игроки, каковы их права и обязанности, какие штрафы и кому они обязаны были платить и т. д. В докладе делается попытка сопоставить нормативный режим, описанный в «Уложении...» с немногочисленными реальными данными, сохранившимися в актовом материале.

**Марей
Александр
Владимирович**

Национальный
исследовательский
университет
«Высшая Школа
Экономики», Москва,
Россия

Aleksandr Marei

National Research
University “Higher
School of Economics”,
Moscow, Russia

e-mail:
nureev50@gmail.com

Алкоголь в «Богатстве народов» Адама Смита

Alcohol in the Adam Smith's "Wealth of Nations"

**Марков
Максим
Владимирович**

Санкт-Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

Maxim Markov

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:

mvm99@rambler.ru

«Исследование о природе и причинах богатства народов» Адама Смита по праву называют панорамой общественной жизни Великобритании XVIII века. Не могли ускользнуть от внимания Смита и проблемы производства и потребления алкоголя (которое достигло в Англии его времени максимальных значений за всю историю), вызываемые им позитивные и негативные эффекты.

Для Смита, как и для большинства его современников, алкоголизм — это порок, а не болезнь (начало его изучения с медицинской точки зрения связано с именем соотечественника Смита Томаса Троттера (1760–1832), защитившего в 1788 г. в Эдинбургском университете диссертацию «De Ebrietate» (О пьянстве)). Критикуя тезис Мандевиля о том, что пороки частных лиц — это блага для общества, Смит стремится встроить порок в свою систему естественной свободы.

Алкоголь является важным предметом потребления, но злоупотребление им представляет собой пример человеческого неблагоразумия и ведет к нарушению «естественного порядка», что требует вмешательства властей. Вместе с тем, «обмен с кабаком», как настаивает Смит, «по своей природе столь же выгоден, как и всякая другая торговля, хотя, может быть, чаще ведет к злоупотреблениям», а высокие доходы кабатчика объясняются тем, что он «занимается делом не весьма приятным и не весьма почтенным», поскольку «никогда не является хозяином своего дома и подвергается грубости первого пьяницы». Алкоголь может производиться в разных формах, изготавливаться из местного сырья (и даже в домашнем хозяйстве, для личного потребления), как дистилляты и пиво, или ввозиться из других стран, как вино и ром. В связи с той ролью, которую алкоголь играл в международной торговле Великобритании, Смит анализирует меры по ее государственному регулированию и исследует проблемы национального производства алкогольных напитков. Наконец, особое внимание он уделяет проблемам налогообложения производства и потребления алкоголя, его эффективности и справедливости.

Крафтовая революция в мире и ее последствия для России

Craft Revolution in the World and Its Implications for Russia

С конца 70-х годов XX века в США развивается так называемая крафтовая революция в производстве и потреблении пива. Крафтом принято называть пивные напитки, сделанные мелкими сериями без участия крупных компаний. Изначально речь шла о домашнем и любительском производстве пива, которое затем превратилось в мелкий и средний бизнес. Крафт всегда имеет конкретное место происхождения, и позволяет производителям широко экспериментировать с рецептурой и вкусовыми качествами напитка. В настоящее время на территории США действуют тысячи местных пивоварен, производящие пиво небольшими партиями. Значительная часть этих пивоварен является контрактными или «цыганскими» — не имея собственного производства, они арендуют производственные линии на время конкретной варки. Вслед за США в крафтовую революцию включилась Европа, причем лидирующие позиции здесь занимают в основном регионы, не имеющие богатых пивоваренных традиций.

Из Северной Европы крафтовая культура проникает в Россию — столицей крафтовой революции в нашей стране стал Санкт-Петербург. Флагманом здесь выступает пивоварня AF BREW, активно экспериментирующая с линейкой своих напитков и ставшая эталоном для производителей в других городах. В последние два года вслед за Петербургом локальные пивоварни развиваются в Москве, а также в других городах, включая Тулу и Екатеринбург. На международном сайте www.ratebeer.com лучшим пивом в России, имеющим один из наиболее высоких рейтингов в Европе, стал сорт APA, представленный екатеринбургской пивоварней Jaws Brewery. Вокруг таких пивоварен складываются локальные и региональные сообщества: бары, магазины крафтового пива, социальные сети в интернете. Потребители и продавцы крафтового пива часто знают друг друга, имеют эффективный механизм обратной связи, так что потребители фактически контролируют рынок. Основным источником информации о крафтовом пиве остаются личные связи и в меньшей степени интернет. Сообщества, основанные на потреблении

**Мартынов
Кирилл
Константинович**

Национальный
исследовательский
университет
«Высшая Школа
Экономики»,
Москва, Россия

Kirill Martynov

National Research
University “Higher
School of Economics”,
Moscow,
Russia

e-mail:

kirill.martynov@gmail.com

крафтового пива, отличаются высокой гетерогенностью, связывают представителей различных социальных классов и нуждаются в социологических исследованиях, в настоящий момент отсутствующих. С культурологической точки зрения, крафтовая революция может быть описана как наиболее яркий пример «возрождения ремесел» или «нового ремесленничества», ориентированного на мелкосерийное производство, в том числе людьми, не имеющего специального образования, и использующего преимущества цифровых социальных сетей (рынок сырья и рынок сбыта).

Сырье для производства крафтового пива за исключением воды в 90% случаев закупается за рубежом, в основном — на специализированных сайтах. Российского солода и хмеля, пригодного для производства большинства сортов, изготавливаемых крафтерами, не существует. Тем не менее стоимость солода и хмеля в итоговом продукте относительно невелика, и крафтовое пиво, приготовленное в России, является на сегодняшний день наиболее конкурентным и привлекательным для потребителей продуктом на рынке алкоголя по соотношению цены и качества. В условиях экономического кризиса крафтовое пиво в России становится источником рабочих мест. До тех пор, пока государство относительно не вмешивается в деятельность крафтеров, пример этого растущего рынка является одним из наиболее впечатляющих примеров импортозамещения. Если в 2012 году все «хорошее пиво» было импортным, то к 2015 году российское крафтовое пиво способно находить признание ценителей на европейском рынке.

В отличие от российских виноделов, в отношении которых государство ведет протекционистскую политику, разрешая рекламу в СМИ, у пивоваров в России нет подобной поддержки. Это ограничивает потенциал развития рынка, в частности не позволяя производителям рекламировать свою продукцию на фасадах зданий и в СМИ.

Конкуренция — добродетель или порок? Is Competition a Virtue or a Vice?

Труды Т. Гоббса (1651) и Б. Мандевиля (1714), механистическая модель мира И. Ньютона, «Происхождение видов» Ч. Дарвина (1859), эволюционизм социальной философии Г. Спенсера способствовали тому, что к началу XX в. конкуренция стала восприниматься как неотъемлемая часть человеческого естества и краеугольный камень общественного развития. Разнородные конфликты и сопровождающее их оппортунистическое поведение, войны и революции стали восприниматься как проявление естественного порядка, предполагающего выживание и благополучие сильнейшего в поле конкурентных взаимодействий, обеспечивая справедливость и процветание в долгосрочном периоде.

Диссонансом по отношению к восхвалению конкурентных процессов выглядела одновременная поляризация общества, значительный рост дифференциации доходов и социальной напряженности, что в наиболее агрегированном виде выражалось в вооруженных конфликтах между крупными державами за передел мировых ресурсов. В итоге, с одной стороны, мы имеем дело с деструктивными проявлениями конкурентной идеологии, не позволяющими сформировать институты устойчивого развития, с другой — с эволюционно устойчивым конкурентным поведенческим паттерном, основанным на эвристике оппортунизма, способствующего наименее затратной адаптации, в т. ч. в условиях рыночных обменных операций.

Для устранения амбивалентности в восприятии конкуренции, учитывая теорию ограниченной рациональности Г. Саймона, теорию перспектив Д. Канемана — А. Тверского, основываясь на теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера и теории приватности И. Альтмана, мы вводим понятие «неконкурентности» как свойства психически рационального поведения, связанного с необходимостью социально-психологической адаптации при необходимости достижения или поддержания баланса в гомеостатической системе.

В рамках предлагаемого концепта мнения сторонников и противников конкурентной идеологии становятся непротиворечивыми, объясняя роль, важность и необходимость поддержки рыночной конкуренции как механизма согласования интересов и снижения трансакционных издержек индивидов по контролю за расширенной средой обитания за счет соблюдения правил игры в институциональной системе.

**Мельников
Владимир
Васильевич**

Новосибирский
государственный
технический
университет,
Новосибирск,
Россия

Vladimir Mel'nikov

Novosibirsk State
Technical University,
Novosibirsk, Russia

e-mail:

vvm_ru@mail.ru

Экономика семиотики как экономика пороков и добродетелей эпохи постмодерна

Semiotical Economics as Postmodern Branch of Economics of Vices and Virtues

**Мойсейчик
Галина
Ивановна**

Национальный
банк Республики
Беларусь, Минск,
Беларусь

Halina Maisechyk

National Bank of the
Republic of Belarus,
Minsk, Belarus

e-mail:

g.mojsejchik@nbrb.by

Экономика семиотики, понимаемая как экономика культивирования потребностей и сверхпотребностей и манипулирования сознанием человека, представляет собой постмодерновую ветвь экономики пороков и добродетелей, в которой очевиден крен в сторону культивирования и обслуживания пороков, ложного придания им некоего атрибута свободы личности. Рассматриваемый в нашей дискуссии порок злоупотребления алкоголем, табаком, нарковеществами так же возводится в культ, облагораживается, обслуживается при помощи специальных институтов (искусства и технологий сомелье, моды, рекламы, например), которые придают пороку, с одной стороны, элитарный лоск, роскошь, а с другой стороны, содействуют распространению в массах порочных моделей поведения, преодолению ими их изначально маргинального характера. Логика такова, что маргинализм, чтобы преодолеть свою маргинальность, должен обрести черты элитарности, возвыситься до элитарности, тогда как элитарность — опуститься до маргинального состояния. Именно организация подобной траектории встречного движения, применяемая в технолических приемах семиотики позволяет сделать порок достоянием более широких масс.

При этом сверхпотребление и экономика сверхпотребления являются базовым условием «массовизации» пороков. В свою очередь, экономика сверхпотребления является логическим продолжением экономики сверхденег, экономики культа денег, оборотной стороной которой является социальная поляризация и маргинализация общества. Образование и движение сверхденег приводят к концентрации колоссальной экономической энергии, которая сосредоточиваясь в руках немногих людей, представителей финансовых элит, приводит к разрушению самого принципа разумности как коренного принципа устройства как человеческой личности, так и общества, хозяйства и социума. Растут возможности произвола, причем в глобальном измерении. Таким образом, де-

социализированному в сущности человеку или группе в сущности асоциальных лиц дается в руки мощный аппарат социальных технологий (масс-медийных, Интернет, финансовых и когнитивных).

Создаются инфраструктура и институты манипулирования сознанием, агрессивного воздействия на сознание и на психику человека, направленное на формирование ложных ценностей, псевдопотребностей и зависимой от манипулятора модели поведения. Формированию новых ценностей, потребностей, поведения предшествует дезинтеграция прежней, классической модели социальных норм. Ведь экономика добродетелей базируется прежде всего на традиционных религиозных и социальных ценностях — вере в Бога и в добродетели человека, свойственных человеческой природе, как образу и подобию Бога. Поэтому подоплека расчеловечения, дегуманизации экономики — расчеловечивание человека, изъятие у человека Божественного начала. Научно-философской подоплекой подобной дегуманизации экономики была созданная и узаконенная постмодернизмом свобода человека на создание собственного мифа о себе самом, то есть — индивидуализация (персонификация) мифа коллективного сознания. Миф о Боге (религия) скатывался по наклонной к мифу о человеке вообще (гуманизм) и дошел до мифа человека о себе самом, как о главенствующем мифе (эгоизм).

Свою и решающую роль сыграла в этом упадке и экономическая теория, политическая экономия, которая создала миф человека о себе как миф об экономическом человеке, первоначально как об идеальном работнике (капиталисте или наемном рабочем), а впоследствии — как миф об идеальном потребителе (элитарном или маргинальном). Национальные исторические школы (например, немецкая, которая делала ставку на особенности национального менталитета и коллективного архетипического этнического сознания и поведения, развития его культуры) уступила место парадигме предельной полезности — субъективированной, индивидуалистической, изъятая из социального контекста. Последняя развилась в парадигму семиотической экономики, которая предполагает наличие встроенного манипулятора и технологий и даже промышленности манипулирования и симулякрии (Индустрия-4).

Индивидуальность, личность в концепте этого семиотического манипулятора — носителя экономики культа денег — допускает расширение индивидуальной свободы почти всецело в виде расширения палитры не добродетелей, а пороков, вершиной которых является творческое антитворчество, направленное на обслуживание антигуманных либо узко-элитарных, либо маргинальных интересов. При этом экономика превращается в антиэкономику.

Мир без алкоголя? A World Without Alcohol?

**Немцов
Александр
Викентьевич**

Московский научно-
исследовательский
институт психиатрии
МЗ РФ, Москва,
Россия

Aleksandr Nemtsov

Moscow Research
Institute of Psychiatry
MH RF, Москва,
Россия

e-mail:

nemtsov33@gmail.com

Императивы европейской культуры долго и почти однозначно заносили употребление алкоголя в разряд порока. Делалось это под давлением тяжелых последствий злоупотребления спиртным. Однако в начале прошлого века оценки пьянства и алкоголизма начали смещаться с моральных на медицинские позиции, а в конце alcoholу нашлось место на всей шкале «порок — добродетель». Его место на этой шкале определяется размерами потребления. Скандинавские исследователи определили, что переход через границу в 2 литра на человека в год сопровождается для популяции преобладанием негативных последствий над позитивными; именно они поддерживают интерес к потреблению алкоголя на протяжении тысячелетий. А тяжелое потребление алкоголя, пьянство, продолжает приносить человечеству огромные потери, человеческие и материальные, оставаясь тяжелым пороком. Но как относится к пороку, в который загоняет наследственная предрасположенность и/или социальные причины?

Сомнительно, чтобы все причины пьянства можно было уложить в одну модель, особенно для такой большой и сильно пьющей страны, как Россия. Тем более потому, что мотивы употребления алкоголя соотечественниками изучены слабо при кажущейся их внаучной очевидности. Попробуем описать ядро этой модели.

Социальная патология рождается на стыке двух разнообразий — биологического и социального, точнее, на стыке социального неблагополучия с биологическим несовершенством. Один из многих исходов этого столкновения — слабая адаптивность носителей таких качеств. Часть этой популяции все-таки адаптируется самостоятельно, однако на низком уровне качества жизни, другая делает это с помощью различных форм социальной поддержки. Эти формы совершенствуются, однако не могут быть всеохватными. Кроме того социальная поддержка «заточена» прежде всего на грубые формы несовершенства или вовсе на патологию. Были и продолжают быть поиски более тонкой психологической настройки, вроде архаичного фрейдизма или современной когнитивной психологии. Но это малодоступные формы поддержки, и огромная армия людей ищет свои способы адаптации ко все нарастающим изменениям форм существования.

Преобладающий стиль в стране в последнее полу столетие — много и часто, и как следствие, непомерная алкоголизация, которая, изменяя сознание, на время создает видимость гармонии притязаний и возможностей или туманит безрадостную реальность. Это базис пьянства. На этом основании строится следующий, более поверхностный уровень причин: бедность, низкое образование, бескультурье, однообразие быта и его спутник — скука, психологическая несовместимость людей, традиции и много другое.

Поскольку обозримое прошлое не сулит обозримому будущему всеобщего благополучия, а также биологического и психологического совершенства, пьянство было, есть и будет. В этих условиях пора трезво отнестись к пьянству, по меньшей мере — избавиться от мифотворчества на эту тему. Наивно думать, что такие игрушки, как спорт или искусство, смогут увлечь и отвлечь людей от персональных и коллективных проблем. Показана низкая эффективность затрат на пропаганду здорового образа жизни. Все нарастающая бедность нашей медицины не позволяет сделать серьезную ставку на выявление и лечение последствий злоупотребления алкоголем, которые создают высокий уровень смертности и вносят значительный вклад в депопуляцию населения. Не видно серьезных антиалкогольных установок как у власти придерживающихся, так и в обществе. Все это не прибавляет оптимизма и подводит к тактике малых дел.

В этих условиях стоит прислушаться к некоторым советам и приглядеться к тенденциям последнего времени. В начале 1980-х ВОЗ призвала правительства переориентировать население своих стран с крепких на слабоалкогольные напитки. Развитые страны уже давно движутся по этому пути. В России также начала проявляться эта тенденция, прогрессивно нарастающая с уменьшением возраста потребителей. Население спонтанно стало выбирать из двух зол меньшее. Возможно, этим отчасти можно объяснить снижение смертности в 2004–2013 гг. Малым делом не назовешь защиту подростков от алкоголя, однако в нашей стране это еще и трудное дело. Пока что слабые потуги населения в отношении пива и государства в отношении подростков можно считать добрым началом в алкогольной отрасли.

Эволюционные и антропологические основания пороков и добродетелей современного человека

Evolutional and Anthropological Basis of the Modern Human Being's Vice and Virtue

**Николаева
Елена
Ивановна**

Петербургский
государственный
университет
путей сообщения;

Российский
государственный
педагогический
университет им.
А. И. Герцена, Санкт-
Петербург, Россия

Elena Nikolaeva

Petersburg State
Transport University;
Herzen State
Pedagogical University,
St. Petersburg, Russia

e-mail:

klemntina@yandex.ru

Основным тезисом современного общества является его открытость, а наиболее востребуемое качество личности — осознанность, ответственность в ситуации свободы выбора. Но именно сейчас во всех развитых странах широко распространяется альтернативное поведение, получившее название аддиктивного, то есть зависимого от тех или иных вредных привычек и/или условий жизни.

В данной работе будет представлена попытка объяснения механизма, по которому в обществе, проповедующем культ свободной индивидуальности, постоянно воспроизводится иной тип — зависимый человек. Понимание этого механизма возможно лишь при комплексном исследовании человека, с одной стороны как продукта длительного эволюционного развития в определенных условиях, с другой — как субъекта конкретного общества, предъявляющего к нему те или иные требования.

В настоящее время описаны структуры мозга, составляющие единую функциональную систему, возбуждение которых увеличивает вероятность повторения поведения, которое привело к активации этой системы. По этому свойству система получила название «система подкрепления». Ее активность лежит в основе многих видов адаптивного поведения человека и животных, при которых раз достигнув положительного результата, организм запоминает путь к нему и стремится к его повторению вновь и вновь. Люди сеют хлеб, потому что потом соберут урожай, они работают на заводе, потому что получают за это вознаграждение, ставят эксперименты, потому что испытывают удивительное чувство восторга, когда видят воплощенной свою мысль в статье, приборе, действии. И чтобы испытывать эти положительные переживания снова и снова, они повторяют последовательность действий, заканчивающуюся приятными эмоциями.

В естественных условиях такая последовательность у животных способствует выживанию, поскольку они все четче выполняют действия, приводящие к эффекту, и тренируют организм в процессе достижения результата. У человека такая последовательность способствует прогрессу, поскольку позволяет работать там, где результат отложен, иногда на месяцы, как в сельском хозяйстве, иногда — на годы, как в процессе обучения детей в школе. Во время этого ожидания человек выполняет нечто, что приближает результат, но сам он еще не виден. Все это способствует тренировке как физической, так и психической сторон человеческой натуры, а также формированию добродетелей. Однако на определенном этапе развития общества возникла возможность непосредственно стимулировать систему подкрепления без предварительной работы, напряжения всех сил, ожидания, которые принесли бы положительный результат в будущем. Такая возможность основана на том, что активность системы подкрепления обеспечивается биохимическими (прежде всего, дофаминергическими) механизмами. Следовательно, введение веществ, имитирующих действие дофамина, может оказывать на эту систему такой же эффект, как и продуктивная деятельность. Однако поведение человека в двух этих ситуациях будет принципиально отличным. При продуктивной деятельности человек зависит только от своей активности, при введении имитатора — он прочно связан с веществом или действием, увеличивающим концентрацию этого вещества в мозге, все более и более утрачивая самостоятельность, что и ляжет в основу формирования пороков.

Наркотики, алкоголь, никотин, и даже кофеин возбуждают эту систему. Однако сила этого возбуждения различна. Если наркотики действуют непосредственно на дофаминергическую систему подкрепления, то алкоголь, никотин и кофеин — опосредованно и с различным числом посредников. Общество, предъявляя те или иные требования к человеку в определенных условиях, может стимулировать любой из этих путей активации древней системы адаптации.

Спорт: добродетель или порок?

Sports: Virtue or Vice?

**Нуреев
Рустем
Махмутович**

Финансовый
университет при
правительстве РФ;
Национальный
исследовательский
университет
«Высшая Школа
Экономики», Москва,
Россия

**Маркин
Евгений
Валерьевич**

Российский
государственный
университет
физической
культуры, спорта,
молодежи и туризма,
Москва, Россия

Rustem Nureev

Financial University
under the Government
of Russian Federation;
National Research
University "Higher
School of Economics",
Moscow, Russia

Evgeny Markin

Russian State
University of Physical
Education, Sport,
Youth and Tourism,
Moscow, Russia

e-mail:

nureev50@gmail.com
ev-markin@yandex.ru

1. Физкультура и спорт. «Уважаю физкультуру, ненавижу спорт»

(Н. М. Амосов). Занятия спортом: рациональное или иррациональное поведение индивида? Где кончается физкультура и начинается спорт? Спорт как частное и общественное благо. Является ли гармоничное развитие каждого условием развития всех? «Человек — животное общественное» (Аристотель), любит соревноваться. Спорт на микро- и макроуровне. Дух соревнований приводит к организации состязаний. Соревнования бывают разные: классические и безобразные. Уровни проведения соревнований: локальные, региональные, национальные, континентальные, мировые.

2. Занятия спортом: прогресс и регресс. Дефицит времени, прогресс в одной сфере означает регресс в другой. Базовая подготовка и специальная. Базовая — способствует гармоничному развитию, а специальная, как правило, — дисгармоничному (спорт — развитие специфических качеств в ущерб другим). «Специалист подобен флюсу: полнота его одностороння» (Кузьма Прутков). Уродование организма/тела. Лишний вес или, наоборот, снижение (сгонка) веса (сумо, борьба, гимнастика и др.).

3. Национальные виды спорта vs глобальные. Национальные виды спорта: связь с национальной культурой, менталитетом, традициями. Взаимопроникновение национальных видов спорта в другие культуры. Тенденция глобализации спорта, её плюсы и минусы.

4. Любительский спорт vs профессиональный. Любительский спорт — массовый, предпосылка гармоничного развития личности. Развитие детского и юношеского спорта. Воспитание воли, принципов честной игры, уважение к людям с ограниченными возможностями (параолимпийский спорт).

Профессиональный спорт все равно рано или поздно становится элитным, своего рода бизнесом, элементом «денежной культуры». Спорт как процесс самоутверждения, как проявление «демонстративной праздности» (Т. Веблен).

Разные способы достижения успеха: честная и нечестная игра, подкуп, допинг, мошенничество, коррупция. Особенно они велики там, где нет точной меры измерения: гимнастика (спортивная и художественная), борьба, фигурное катание и пр.

5. Спорт как бизнес. Спорт в узком и в широком смысле слова. Внешние эффекты: первичные и вторичные. Развитие спорта с точки зрения критерия Калдора-Хикса. Организация спортивных клубов, соревнований, массовых спортивных движений. Спортивные бюджеты: рациональны или нет? Каковы должны быть оптимальные объемы финансирования системы физической культуры и спорта в стране? Какую государственную поддержку должен получать национальный спортивный бизнес (моральное одобрение, информационное спонсорство, прямые дотации, налоговые льготы и каникулы, уменьшенная арендная плата, субсидирование кредитов, предоставление гарантий и т. д.)?

6. Свет и тени спортивной индустрии. Бурное развитие спортивной индустрии во второй половине XX века. Ставки на спорт. Договорные игры/матчи. Мировой опыт борьбы с пороками в спорте.

7. Вместо заключения. Спираль развития человечества (на примере спорта): добродетели как причина пороков и пороки как условие развития добродетелей.

Зеленая экономика: от эгоизма к стимулированию экономического развития

Green Economy: From Selfishness to Stimulation of the Economic Development

**Одинг
Нина
Юрьевна**

Международный
центр социально-
экономических
исследований
«Леонтьевский
центр», Санкт-
Петербург,
Россия

Nina Oding

International Centre
for Social and
Economic Research
“Leontief Centre”, St.
Petersburg,
Russia

e-mail:

oding@leontief.spb.su

Зеленый рост, зеленое развитие в последнее десятилетие стали в обществе значимыми темами, тесно связанными с понятием устойчивого развития, означающего поддержание и укрепление потенциала используемых ресурсов с сохранением окружающей среды. Распространение идеи зеленого роста привело к созданию документов, политик, стратегий зеленого роста и оснащению практически всех понятий прилагательным «зеленый», среди них — зеленые рабочие места, зеленая экономика, зеленые технологии. Концепция 3R (reduce — уменьшение, recycle — переработка, reuse — повторное использование) получила распространение прежде всего в городах, где высокая плотность населения и труднодоступность жилья и мест работы стали проблемой, решение которой изменило городское планирование и управление. В настоящее время принадлежность к зеленому состоянию означает улучшение репутации, конкурентное преимущество бизнеса, более высокую рыночную стоимость объектов недвижимости, производства товаров и услуг, территорий городов. Эгоизм человека, желающего жить долго и без проблем, из первоначально индивидуалистического превратился в массовую потребность, вызвавшую спрос на рынке продуктов и жилья, изменившего стратегии бизнеса и развитие регионов.

В развивающихся экономиках еще только предстоит распространить и расширить понимание необходимости устойчивого развития и зеленой экономики, включающей отрасли, которые создают и увеличивают природный капитал земли или уменьшают экологические угрозы и риски.

Однако до сих пор остаются открытыми ответы на вопросы — так ли необходимо и объективно стремление к зеленому, устойчивому росту или это своего рода мода на создание понятий в развитых странах, практикующих

идеи солидарности, борьбы с неравенством, самоограничения? Отчего вдруг успешные и процветающие страны обращаются к социалистическим идеям регулирования, в том числе потребления? Ведет ли политика зеленого роста к улучшению условий жизни и отдыха в городах Европы? Эти и другие вопросы о связи показателей здоровья и комфорта с распространением зеленого образа жизни, особенно в городах, рассмотрены в рамках обсуждения тезиса Бернара де Мандевиля о пороках и благе. В данном докладе также уделено внимание вопросам возникновения и развития идей жизни в согласии с природой и роли эгоизма как важного аспекта общественной жизни.

Применение социологической теории для объяснения и контроля «проблемного» потребления алкоголя

Application of Sociological Theory for an Explanation and Control of “Problem” Alcohol Consumption

**Одиноква
Вероника
Александровна**

Научный центр
социологии детства
Социологического
института
Российской
Академии Наук,
Санкт-Петербург,
Россия

Veronika Odinkova

Research Center
of Sociology of
of Childhood
Sociological Institute
of the Russian
Academy of Sciences,
St. Petersburg, Russia

e-mail:
verony1@yandex.ru

Введение. Негативные последствия алкопотребления в России обусловлены не только объемами потребляемого алкоголя, но и характеристиками этого потребления. Меры государственного управления и экономического воздействия не позволили добиться значительного и устойчивого во времени сокращения уровня алкоголизации населения.

Цель исследования — оценка роли социальных факторов формирования и устойчивости «проблемного» потребления алкоголя среди российского населения.

Методы:

1. Библиографический поиск и обзор теоретических социологических моделей проблемного потребления алкоголя.
2. Эмпирические исследования проблемной алкоголизации среди российской молодежи 15-30 лет.^{1, 2}

Результаты. В объяснении проблемного потребления алкоголя социологические теории привлекают внимание к социальному окружению индивида, как непосредственному, так и более дистальному. Механизмы формирования проблемного потребления алкоголя в социологических теориях включают: контроль, социальное научение, социальный стресс и культурные нормы по-

1. Проект «Изучение употребления психоактивных веществ среди учащихся в возрасте 15–16 лет в Северо-Западном Федеральном округе РФ», выполнено факультетом психологии СПбГУ при технической поддержке унп оон в РФ и при финансовой поддержке Правительства Финляндии и Правительства Швеции в 2009–2010 гг. Руководитель — доцент, к. психол. наук, проректор по направлениям история, психология и философия СПбГУ Цветкова Л. А., консультант — д-р психол. наук, профессор Гурвич И. Н.

2. Проект «Образ жизни и здоровье студентов». Руководитель — д-р психол. наук, проректор по направлениям история, психология и философия СПбГУ Цветкова Л. А.; научный руководитель — д-р психол. наук, профессор Гурвич И. Н.

требления алкоголя. Теоретически обоснованные исследования на российском эмпирическом материале — единичны.

В рамках эмпирического раздела исследования была разработана и проверена прикладная модель, направленная на оценку роли социальных факторов формирования проблемного потребления алкоголя, которые могут быть использованы как мишени для профилактики. Социальные факторы проблемной алкоголизации организованы в четыре группы: родительская семья; внесемейное социальное окружение (сверстники, социальные институты и территориальные общности); социальный статус; культура (нормы и ожидаемое действие алкоголя). Гипотезировались два механизма влияния этих факторов — социальное научение и контроль.

Социальные факторы формирования проблемного потребления алкоголя содержатся в условиях первичной социализации индивидов и включают в себя внутрисемейные модели потребления алкоголя, контроль — родительский и со стороны институтов социализации, модели потребления алкоголя старшими братьями/сестрами и сверстниками, гендерные ожидания в отношении потребления алкоголя юношами и девушками. Модель потребления алкоголя родителями влияла на актуальное потребление детьми даже на этапе ранней взрослости. Доступность алкоголя была значимым фактором формирования «проблемного» потребления алкоголя у несовершеннолетних, исследование показало, что законодательные запреты с легкостью ими преодолеваются.

Заключение. Первичная профилактика вовлечения в проблемное потребление алкоголя несовершеннолетних должна фокусироваться на работе с родителями, в первую очередь с теми, у которых имеются алкогольные проблемы. Важно, чтобы родители участвовали не только как адресат профилактической информации, но и как самостоятельный объект профилактики, т. е. учитывалось их собственное алкогольное поведение, проблемы коммуникации с детьми и использование эффективных стилей родительского воспитания и контроля. Должна обеспечиваться эффективная наркологическая помощь и реабилитация «злоупотребляющим» родителям. «Жесткие», или ограничительные, меры социального контроля, следовательно, не адресованы тем факторам, которые ответственны за межпоколенную передачу моделей проблемного потребления алкоголя, и должны быть дополнены эффективными и научно обоснованными программами психосоциальной профилактики.

Динамика экономических неравенств в потреблении алкоголя: от 1990-х к 2000-м гг.

Dynamics of Economic Inequality in Alcohol Consumption: 1990-s to 2000-s.

**Озерова
Ольга
Владимировна**

Социологический
Институт
Российской
Академии Наук,
Санкт-Петербург,
Россия

Olga Ozerova

Sociological Institute
of the Russian
Academy of Sciences,
St. Petersburg, Russia

e-mail:

ozerovaolga@list.ru

Одним из наиболее драматичных событий в новейшей истории России стал распад СССР. Длительный переходный период, начавшийся в 1990-е гг., и продолжавшийся вплоть до 2000-х гг., был насыщен политическими, социальными, экономическими и общественными изменениями. Острой реакцией на стресс, политическую нестабильность и снижение качества жизни стало обращение к доступным формам релаксации и своеобразного общественного протеста. Одной из наиболее социально значимых форм такого ответа, стало все возрастающее потребление алкоголя.

Наступление 2000-х характеризовалось стабилизацией в общественной и политической сферах, стрессы 1990-х были нивелированы, сформировалась новая культура потребления. Все это внесло свой вклад в изменение относительного неравенства в приверженности алкоголю среди россиян. Однако до сих пор остается неясным, в какой степени это затронуло паттерны потребления алкоголя в каждом из слоев социальной иерархии.

Известно, что поведение в здоровье, и потребление алкоголя в том числе, во многом определяется индивидуальными характеристиками человека. Обширный корпус исследований посвящен влиянию социально-экономического статуса индивида, выраженного такими признаками, как уровень образования и дохода, на востребованность алкоголя. Однако такие социально значимые процессы, как потребление населением алкоголя, неразрывно связаны и с факторами социального уровня. Анализ этих факторов позволяет раскрыть причины возникновения тех или иных паттернов распространенности алкоголя, а также — обнаружить тренды их изменений, как для отдельных групп, так и для общества в целом.

В настоящей работе мы пытаемся выявить, каковы паттерны регулярного потребления алкоголя в различных социальных и демографических группах населения, а также — проследить характер изменений этих паттернов в динамике, с 1994 по 2009 гг.

Предпринимая попытку выяснить, с чем могут быть связаны эти изменения на социетальном уровне, мы обращаемся к анализу такого фактора, как повышение уровня благосостояния населения. Рост среднедушевых доходов внес значительный вклад в изменение социальной структуры общества, что могло существенно повлиять на распространенность потребления алкоголя в начале 2000-х.

Наш анализ основан на эмпирических данных, полученных в рамках обследования «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ – ВШЭ» (RLMS – HSE). Учитывая двухуровневую природу данных опроса RLMS, изучение влияния социально структурного контекста общества на потребление алкоголя осуществлялось с помощью статистического аппарата многоуровневого моделирования¹.

1. **Хох, J.** Multilevel analysis: techniques and applications. Mahwan, NJ and London: Lawrence Erlbaum Associates. 2002.

Как возможна энотерапия экономики?

How is Enotherapy of Economy Possible?

**Погребняк
Александр
Анатольевич**

Санкт-
Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

**Aleksandr
Pogrebnyak**

St. Petersburg State
University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:

aapogrebnyak@gmail.
com

Экономизм — идеология, господствующая в современном мире. Очевидно, что стремление трактовать самые разнородные процессы, в которых находит свое выражение человеческая жизнь, с чисто экономической точки зрения, можно рассматривать просто как «мысленный эксперимент»; другое дело, когда такого рода «теория» непосредственно влияет на реальность — когда в самой жизненной практике нам так или иначе предписывают исходить из предпосылки, что дефицит, нехватка тех или иных «ресурсов», формируют сущностное измерение человеческого мира. В последнем случае можно поставить диагноз: «чистый экономический разум» пребывает в чем-то сродни опьянению, симптомом чего является стремление его адептов всё без исключения превратить в данные для своих «трезвых расчетов». Разумеется, критика такой «рациональности» может претендовать на успех, если ее собственным ресурсом послужит что-то, имеющее отношение к устройству самого этого разума — вытесненная возможность какой-то «другой экономики», напасть на след которой можно путем генеалогического изыскания. Итак, вопрос: какова должна быть **культура** экономического разума, чтобы «трезвость» последнего не приобретала характер **патологии**?

Возможно, найти на него ответ поможет, как это ни странно, особый акцент на культуре виноделия и винопития — если удастся увидеть в ней не только одну из «отраслей» хозяйства, но и значимый момент для самосознания самой экономики, как в теоретическом, так и практическом отношении. В качестве отправного пункта стоит использовать концепцию, в рамках которой движение в сторону современного понимания экономики сознательно производится без разрыва с традиционным ее пониманием (хотя сама историческая действительность, казалось бы, настаивает на таком отмежевании). Так, в главе VIII («Экономика пяти основных ремесел») своих «Лекций о торговле или о гражданской экономике» неаполитанский теолог, философ и экономист Антонио Дженовези говорит о виноградарстве с точки зрения возможных коммерческих выгод от его развития (показательна, однако, его аргументация: «Вино — прекрасное утешение в горестях земной жизни,

и потому оно всеми почитается, а значит, представляет собой прибыльный предмет торговли); но до этого, в главе VI («О воспитании») виноградарство выступило в качестве метафоры для самой экономики, понятой, правда, не как чистая техника расчета, но — как способ бытия самого человека (в духе Д. Вико, говорившего о «поэтической экономике» как о деле образования собственно человеческого в человеке): «Но растить людей подобно тому, как выращивают виноград, опирать их друг на друга таким образом, чтобы они создавали единое тело и, как где-то изысканно выразился Сенека, оборачивать во всеобщее благо силы их ума и тела, направляя на служение общему счастью, столь же необходимо, сколь необходимо само их совместное существование».

Конечно, пафос Дженовези сегодня выглядит консервативно-утопическим — стремление органично вписать чисто экономический механизм в порядок социума, этико-политическое видение которого опирается на традицию, восходящую к Аристотелю (здесь следует напомнить, что слово «коммерция» означало тогда не только торговлю, но и человеческое общение в самом широком смысле). Но сама «энологическая» метафора отнюдь не исчерпывается такой трактовкой — ведь в ее основе лежит многомерный и довольно противоречивый феномен. Поэтому, предстоит исследовать то многообразие смыслов, которое порождается в ходе использования «энологической» (и, хотя это не одно и то же, «алкогольной») метафоры в политико-экономическом дискурсе (к примеру, у таких авторов как К. Маркс, В. Беньямин, Ж. Делез и др.) — с тем, чтобы можно было всерьез говорить об энотерапии экономики.

Влияет ли антиалкогольная реформа на потребление и покупки домашнего алкоголя в России?

Impact of a New Alcohol Policy on Homemade Alcohol Consumption and Sales in Russia

**Радаев
Вадим
Валерьевич**

Национальный
исследовательский
университет
«Высшая Школа
Экономики»,
Москва, Россия

Vadim Radaev

National Research
University
“Higher School
of Economics”,
Moscow, Russia

e-mail:
radaev@hse.ru

Анализируется влияние текущей антиалкогольной реформы, приводящей к повышению цен на легальный алкоголь, на потребление алкогольных напитков. Особое внимание уделяется проблемам менее изученного домашнего алкоголя. Исследуются основные факторы, воздействующие на потребление и покупки домашнего алкоголя.

Данные о потреблении, покупках алкоголя и выборе алкогольных напитков получены из национального панельного исследования RLMS-HSE за 1994–2013 годы с детальным анализом данных 21 волны (2012 г.). Используются данные опроса 18221 респондентов в возрасте 16 лет и старше. Помимо потребления самогона, впервые получены данные о потреблении домашнего вина. Дополнительно привлечена официальная статистика о продажах регистрируемого алкоголя, уровне региональных цен и реальных располагаемых доходах населения.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что с 2000 года происходит снижение доли потребителей самогона, параллельно со снижением потребления регистрируемого и нерегистрируемого фабричного крепкого алкоголя. Потребление крепких спиртных напитков частично замещается растущим потреблением пива и вина. Отмечено прерывание ряда трендов в потреблении алкоголя в 2008–2013 годах, которое с большей вероятностью порождено экономическими кризисами и последующей рецессией, чем мерами антиалкогольной политики. Характер социальных сетей и доступность нелегального алкоголя выступают наиболее важными предикторами потребления и покупок домашнего алкоголя, в то время как изменение региональных цен на регистрируемый алкоголь в 2010–2012 годах значимого влияния не оказывает.

Автор приходит к выводу о том, что в отличие от предшествующих периодов (например, конца 1980-х годов) снижение потребления водки и других фабричных крепких спиртных напитков не замещается растущим потреблением домашнего алкоголя. Социальные и экономические факторы оказывают более

значимое воздействие, нежели краткосрочные эффекты антиалкогольной политики. В этой связи, обращается внимание на то, что предпринятые в 2015 году меры по частичному сворачиванию алкогольной реформы не опираются на надежные эмпирические свидетельства.

The paper reveals an impact of new alcohol policy in Russia including effects of price increase on recorded alcohol and restrictions of alcohol availability on the consumption of recorded and unrecorded alcohol, with specific reference to homemade alcohol. Other factors affecting homemade alcohol consumption and purchasing are investigated.

Consumption and preferred beverage data were collected from RLMS – HSE nationwide panel surveys from 1994–2013, with a detailed analysis of 2012 data (18221 respondents aged 16+ years). Questions concerning homemade wine were first added to the survey. Official statistics on manufactured alcohol sales, regional price increase and real disposable income were used. Data showed that homemade distilled spirits (samogon) consumption decreased together with that of recorded and unrecorded manufactured spirits since 2000. The consumption of spirits was partially replaced by the consumption of beer and wine. Some of these trends in alcohol consumption were interrupted in 2008–2013. The interruption was more likely affected by the economic crises and recession than by the new policy measures. Social networks and availability of unrecorded alcohol were more important predictors of homemade alcohol consumption and purchasing than was a recorded alcohol price increase in 2010–2012.

The author concludes that homemade alcohol consumption does not replace the declining market for recorded spirits as it happened in previous years in Russia. The effects of economic and social factors on homemade alcohol consumption are greater than are the short-term effects of the new alcohol policy. The most recent (2015) alcohol policy developments turning down some of restrictive measures are not supported by strong empirical evidence.

Published in:

Radaev, V. Impact of a New Alcohol Policy on Homemade Alcohol Consumption and Sales in Russia // *Alcohol and Alcoholism*, 2015, 1–8. doi: 10.1093/alcalc/agn008

Advance access:

www.alcalc.oxfordjournals.org/cgi/reprint/agn008?ijkey=qaP3iQjqp9pdYzx&keytype=ref

Терруар и социум: Бордо, Шампань, Кубань?

Terroir and Society: Bordeaux, Champagne, Kuban?

**Расков
Василий
Евгеньевич**

журнал Simple
Wine News, Москва,
Россия

Vasilii Raskov

Simple Wine News
magazine, Moscow,
Russia

e-mail:

cercando@gmail.com

Два наиболее успешных винодельческих региона Франции живут очень разной жизнью. В Бордо с каждым годом усугубляется социальное и «терруарное» неравенство. Одна бутылка «первого гран крю» стоит дороже, чем бочка «ординарного бордо». Одна часть Бордо стала объектом финансовых спекуляций и превратилась в инвестиционный пузырь, другая часть — едва сводит концы с концами. Крупные финансовые структуры и знаменитые замки вытесняют из Бордо семьи виноградарей. В Шампани ситуация диаметрально противоположна. После бунта виноградарей 1911 года были созданы институты защиты частных семей от крупного бизнеса. В результате сложился баланс сил, при котором значительную часть «пирога» достается виноградарям. Цена на виноград, определяемая не рынком, а внешними институтами, в 10–15 раз выше, чем в других винодельческих регионах Франции, при этом внутри Шампани ее колебания не превышают 20%, что сглаживает различия между коммунами разного статуса.

Почему в Шампани заработала «социалистическая» модель? Какова себестоимость производства бутылки вина (тихого, игристого)? Что такое терруар, и сколько он стоит? Потребление вина: образы или вкусовые качества? Терруар или бренд — анализ конкурентоспособности. Российское вино — дискуссия об институциональных моделях организации отрасли.

Инвестиционная близорукость как фактор негативных инвестиций в капитал здоровья

Investor Myopia as the Factor of Negative Investment in Health Capital

Цель нашей работы — приблизиться к пониманию того, почему в современной России имеет место низкая средняя продолжительность жизни и в особенности разгадать загадку лидерства России по такому показателю, как разность между средними значениями продолжительности жизни у мужчин и у женщин. Мы полагаем, что ухудшение показателей продолжительности жизни связано с негативными инвестициями в капитал здоровья. Такие негативные инвестиции — прежде всего в виде потребления алкоголя и курения — приводят к его проеданию, что негативно сказывается на большом количестве значимых макроэкономических параметров, таких как производительность труда, темпы экономического роста и индекс развития человеческого потенциала.

В нашей работе мы формулируем гипотезу, согласно которой негативные инвестиции в капитал здоровья являются следствием особого поведенческого феномена, который мы называем «инвестиционной близорукостью» и который можно также рассматривать как «неверие в будущее» или как антоним явления «Animal Spirits» (рассмотренного впервые в работе Дж. М. Кейнса «Общая теория занятости, процента и денег»). **Инвестиционная близорукость** представляет собой искаженную, заниженную оценку будущего и означает исключение из рассмотрения будущих результатов с некоего порогового момента времени. В работе показано, почему такое неверие в будущее приводит к алкоголизации и растущим показателям курения.

Также в работе мы пытаемся показать, что укоренению инвестиционной близорукости способствовал трансформационный спад 1990-х годов и в значительной мере вызвавшая его реализация стратегии шоковой терапии, способствовавшая неблагоприятной институциональной трансформации. Именно здесь следует рассматривать главные причины распространения заниженной оценки будущего времени в постсоветской России. Эти события сформировали у подавляющего большинства россиян — не только тех, кто стоял в то время у власти, — очень низкий уровень «animal

**Розмаинский
Иван
Вадимович**

Национальный
исследовательский
университет
«Высшая школа
экономики», Санкт-
Петербург, Россия

Ivan Rozmainsky

National Research
University
“Higher School of
Economics”, St.
Petersburg, Russia

e-mail:

irozmain@yandex.ru

spirits» в сфере вложений в капитал здоровья (а также в физический капитал, но об этом было написано уже много). Речь здесь идет не только о том, что капитал здоровья проедается при доминировании настроений безысходности. Более фундаментальная проблема состоит в том, что сформированная благодаря реформам 1990-х годов экономическая система характеризуется завышенной неопределенностью, поскольку институты этой системы неэффективно ее снижают из-за плохо работающих судов, коррупции, неравенства людей перед законом, частой смены формальных правил и т. д. Подобная институциональная среда создает питательную почву для инвестиционной близорукости, приводящей к негативным инвестициям в капитал здоровья.

Употребление алкогольных напитков в современной России: факторы спроса и модели потребления

Alcoholic Beverages Use in Modern Russia: Factors of Demand and Consumption Patterns

The goal of this project is to find out the influence of some economic and social factors on the demand for different beverages and on the choice of consumption pattern in modern Russia. The number of regression models is estimated on the base of “The Russia Longitudinal Monitoring Survey (RLMS – HSE)” 1994–2012. There are classic models of demand for alcohol of Becker and Murphy (1988): static, myopic and rational addiction models. We use two-step way of estimation because of two-step consumer decision (“to drink or not to drink” and how much to drink). This way let it possible to find out the factors of every decision separately.

The idea of this research is to use as independent variables not only economic parameters (as prices and incomes of respondent and his\her family members) but some social characteristics such as educational level, gender, age, nationality, optimism level, alcohol use by other family members, and other.

The first results have demonstrated that some social factors (education, marital status, alcohol use by other family members) are more important that the economic ones (as price for alcohol), as for the demand for pure alcohol as for the demand for every beverage. Also 13 drinking patterns were found using the cluster analysis. They differ by the structure of consumption, habits and social and demographic characteristics.

**Рощина
Яна
Михайловна**

Национальный
исследовательский
университет
«Высшая Школа
Экономики»,
Москва, Россия

Yana Roshchina

National Research
University
“Higher School
of Economics”,
Moscow, Russia

e-mail:
jeanering@gmail.com

Экономика пороков и добродетелей: философско-хозяйственный контекст

Economy of Vices and Virtues: the Philosophy-Economic Context

**Румянцев
Михаил
Алексеевич**

Санкт-
Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

**Mikhail
Rumyantsev**

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:
churila@yandex.ru

Экономика (рациональные операции с количеством) не порочна и не добродетельна. Добродетель и порок есть атрибуты библейского принципа свободы воли: человек находится в центре вертикали Бог — человек — сатана, и волен либо подниматься вверх по лестнице добродетелей, либо падать вниз. Мифология экономизма возникла тогда, когда оперирование с количеством (рост ВВП, доходов, потребления) стало определять целеполагание человека и его «добродетели». В экономическом контексте маркировка добродетелей и пороков хозяйственной жизни вряд ли возможна. Когда мы говорим о «фармацевтическом бизнесе», воспроизводящем болезни, о растущих продажах оружия и эскалации вооруженных конфликтов, об «экологическом бизнесе» — бизнесе на экологических фобиях, о бизнесе «образовательных услуг», о рекламе ложных социальных стоимостей или продажах ГМО, то как определить где кончаются пороки и начинаются добродетели? Благодаря этим «порочным сегментам» получают работу и воспроизводят свои жизни миллионы людей. Не секрет, что спусковыми механизмами технологических волн в экономике явились две мировые войны. Иными словами, артефакты техногенной цивилизации, которыми с удовольствием пользуются современные потребители, своим происхождением обязаны массовым убийствам людей. «Мега-злоупотребление потреблением» домашних хозяйств оказалось сильнейшим фактором экономического роста (до кризиса 2008–2009 гг.). Оборотничеству пороков и добродетелей в экономике несть числа.

Идеи о человеческих страстях, служащих буржуазным добродетелям, на которых Б. Мандевиль, А. Смит, И. Бентам основали экономический дискурс, имеют глубокие религиозно-философские истоки. Об оправдании зла на службе блага писали профессора теологии и по совместительству инквизиторы XVI в.: «Бог настолько сострадателен, что не допустил бы зла в своих творе-

ниях, если бы не был столь всемогущим и добрым, чтобы превращать зло в добро... Через преступления повышается нравственность, через наказания — наслаждения, а через вредительство — высшая польза»¹. На языке философии эту мефистофельскую теодицею выразил Гегель: «Можно назвать **хитростью разума** то, что он заставляет действовать для себя страсти, причем то, что осуществляется при их посредстве, терпит ущерб и вред... Частное в большинстве случаев слишком мелко по сравнению со всеобщим: индивиды приносятся в жертву и обрекаются на гибель. Идея уплачивает дань наличного бытия и бренности не из себя, а из страстей индивидуумов»².

Истолкования Бога и дьявола, разума и страстей, пороков и добродетелей в качестве ступеней, ведущих к цели, снимает их антиномию и в исторической перспективе уничтожает саму проблему личного выбора между ними. Когда «добродетели» и «пороки» становятся алгоритмами рационализации в культуре и экономике, в политике и власти, то выбор человека механизмируется, лишается разумности и мощи личного произволения — воли. Если рационализация не имеет границ, она вездесуща, то ее просто нет. В эпоху «сна разума» нормой становится иррациональное, девиантное, патологическое. Показательно, что самым дорогим из когда-либо выставлявшихся на открытых аукционах художников является Ф. Бекон. В его далеко не бесталанных картинах, продающихся за рекордные аукционные цены, изображены именно патологии тела и духа.

Постановка вопроса об экономике пороков и добродетелей показывает, что на предрассудочном уровне по-прежнему существует онтологический критерий подлинности добра и истины. Рассуждать о кривых линиях математик может, предполагая существование прямых в качестве нормы; экономист, рассуждая об экономике пороков и добродетелей, «припоминает» врожденную идею умной и нравственной экономики в качестве нормы своих рассуждений. Сама по себе экономика пороков и добродетелей в обществе всеобщей пользы есть процесс непрерывного становления и перехода смыслов, и потому предметом отдельного научного рассмотрения быть не может. Эта проблема вложена в социальную, экзистенциальную и религиозную тематику, уводящую нас от экономического целеполагания — к напряженному поиску справедливого устройства общества, к трагизму самоопределе-

1. Шпренгер Я., Инститориус Г. Молот ведьм / Пер. с латинского Н. Цветкова. Предисл. С Лозинского. Саранский филиал СП «Норд», 1991. С. 145, 149.

2. Гегель Г.В.Ф. Философия истории // Гегель. Соч. М., Л., 1935. Т. 8. С. 32.

ния человека. В этой перспективе ясна мысль Фомы Аквинского, взрывающая фарисейский порядок: «Пользоваться чужим богатством, которое тайно украдено в случае срочной необходимости, не является кражей как таковой, поскольку в таких обстоятельствах то, что мы взяли, чтобы спасти собственную жизнь, становится нашим. Та же необходимость позволяет взять чужое добро, чтобы прийти на помощь бедному в нищете»³. Но проблема Раскольникова будет всегда.

3. **Де Лобье П.** Социологическая альтернатива: Аристотель — Маркс. М.: РГПУ, 2000. С. 97–98.

Спрос на рынке сексуальных услуг: что мы знаем о клиентах?

Demand on the Sex Market: What Do We Know About the Clients?

Изучение проблемы проституции склонно фокусироваться на предложении секс-услуг: объектом изучения в первую очередь становились проститутки и организаторы проституции. Исследования клиентов проституток социологами в России — единичны.

Объем спроса. Доступные российские данные о распространенности спроса на проституцию среди мужчин основаны на нерепрезентативных опросах. Согласно нашему исследованию среди сотрудников промышленных предприятий доля мужчин, когда-либо оплачивавших секс-услуги, составляет 26,4% (31,7% в Москве, 27,6% в Санкт-Петербурге, 19,0% в Петрозаводске). Примерно 15% мужчин сообщили, что этот опыт ограничился 1–2 эпизодами за всю жизнь. Однако около 11–12% опрошенных мужчин практикуют покупку секс-услуг 1–2 раза в год и чаще, т. е. являются, в некоторой степени, регулярными потребителями секс-услуг.¹ Другим источником оценок объема спроса может служить информация от самих секс-работниц о числе их клиентов. Опрос среди проституток показал, что каждая проститутка продает от 70 до 120 половых контактов в месяц, в год же их количество составляет более тысячи. Корректно оценить, какая часть контактов приходится на постоянных клиентов, а какая — на новых (или единичных) потребителей услуг методически невозможно. Постоянные клиенты есть практически у всех опрошенных нами проституток, их число составляет в среднем 6–10 за последний год.²

Социальный портрет потребителя секс-услуг. Данные качественных интервью с секс-работницами, их клиентами и ключевыми информантами (сотрудниками милиции, социальными работниками, врачами), проведенные в рамках наших исследований, не позволяют сформировать какой-либо «типичный» портрет клиентов уличных секс-работниц Санкт-Петербурга. Клиентами могут быть

**Русакова Майя
Михайловна,
Одиноква
Вероника
Александровна**

Научный центр
социологии
детства
Социологического
института
Российской
Академии Наук,
Санкт-Петербург,
Россия

**Maia Rusakova,
Veronika
Odinokova**

Research Center
of Sociology of
of Childhood
Sociological
Institute of the
Russian Academy
of Sciences,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:
verony1@yandex.ru

1. **Русакова М. М.** Потребление сексуальных услуг в современном российском обществе: объем, характеристики, мотивы // Журнал социологии и социальной антропологии. 2012. Т. XV. № 2. С. 147–156.

2. Данные получены в рамках исследования «Социология российской проституции» (2007–2008 гг.). Методология исследования: к. с. н. Русакова М. М. и д. пс. н., проф. Гурвич И. Н.

мужчины различного возраста, достатка, семейного статуса.³ Количественные данные исследования работников промышленных предприятий также не позволяют говорить о каких-то специфических социально-демографических особенностях данной группы населения, однако отмечаются некоторые поведенческие особенности. Клиенты секс-работниц чаще мужчин, отрицающих наличие подобного опыта, сообщали о высокой частоте употребления алкоголя, перенесенных половых инфекциях, а также имели больше половых партнеров, в том числе, и некоммерческих.⁴

В рамках пилотного исследования (Санкт-Петербург, 2009 г.) нам удалось привлечь в исследование 62-х клиентов уличных проституток. Типичным потребителем уличных секс-услуг был достаточно молодой мужчина в возрасте около 35-ти лет, имеющий постоянную регистрацию в Санкт-Петербурге, образование выше среднего, трудоустроенный, с доходом более 15000 руб. в месяц (на 2009 г.). Каждый четвертый находился в зарегистрированном или гражданском браке. Значительна доля вдовцов, разведенных и проживающих отдельно от брачного партнера — в сумме 34%.⁵

Какие мотивы лежат в основе спроса на секс-услуги? Мы выделили несколько основных мотивов потребления секс-услуг клиентами:⁶ собственно, удовлетворение сексуальных потребностей, досуг, потребность в риске и впечатлениях, психотерапия, удовлетворение потребности во власти и контроле, расширение возможностей выбора. Ни один из мотивов обращения к услугам проститутки, за исключением собственно мотива потребления, когда секс-услуги рассматриваются наравне с любым другим видом услуг, не является проявлением потребности обращения к проститутке в чистом виде. В некоторых случаях клиенты проституток характеризовали проституцию как услугу, позволяющую снизить материальные и другие (временные, эмоциональные и пр.) издержки на сексуальные отношения.

3. **Levina O. S., Heimer R., Odinkova V., Bodanovskaya Z., Safiullina L., Irwin K. S., & Niccolai L. M.** Sexual Partners of Street-Based Female Sex Workers in St. Petersburg, Russia: A Model of Partnership Characteristics as a Basis for Further Research // *Human Organization*, 2012. 71(1) Pp. 32–43.

4. **Русакова М. М.** Там же

5. **Niccolai L. M., Odinkova V. A., Safiullina L. Z., Bodanovskaya Z. D., Heimer R., Levina O. S., Rusakova M. M.** Clients of street-based female sex workers and potential bridging of HIV/STI in Russia: Results of a pilot study // *AIDS care*. 2012. 24(5). Pp. 665–672.

6. **Русакова М. М. Ерицян К. Ю.** Потребление сексуальных услуг в обществе потребления // *Девиантность в обществе потребления* / Под ред. **Я. И. Гилинского, Т. В. Шипуновой**. СПб.: ИД Алеф-Пресс, 2012. С. 462.

Азарт, предприимчивость и экзистенция Passion, Entrepreneurial Spirit and Existence

1. Конкуренция традиционно рассматривается как благо для экономики и ее важнейшая движущая сила. Но при этом первоисточник конкуренции или состязательности по поводу производства и обмена не исследован по-настоящему. Цель «конкурентного поведения» определена поверхностно-рационально как прибыль, что позволяет связать ее со встроенной алчностью, с приумножением обладания. Однако в более общем случае речь идет о воздействии полей азарта на человеческую экзистенцию. В оппозиции рисковать и выигрывать ее первая часть не может быть безнаказанно элиминирована, устранена без паралича производящей экономики. Бытие господина, готового ставить на кон самое важное отнюдь не исчезает из экономики, хотя и оказывается хорошо замаскированным видимым служением Маммоне (Золотому Тельцу).

2. Опять же, конкуренция рассматривается как необходимая, но все-таки вынужденная мера, которой приходится платить дань. При этом подразумевается и присутствует некое скрытое сожаление: вот если бы удалось обойтись без нее и без этого рокового распыления человеческих усилий, сохранив всю интенсивность производства или по крайней мере его самодостаточность...

3. Однако «распыление инициативы» есть фикция, самой инициативы такого рода не существует до запуска реактора агональности (аппроприации риск-излучения), только здесь она и синтезируется. Об этом свидетельствует не только победа свободного рынка над плановой экономикой (ясно, что тут сражение не закончено), но и например, тот факт, что великий проект Николая Федорова о противодействии смертоносным силам природы преуспел не в результате всеобщей мобилизации и обретения братского сосуществования, а именно в силу взрывного «производства безделушек», поставившего задачу синтеза нового тела.

4. Минимизация поля азарта в экономике может внешне выглядеть как победа человеческого здравомыслия. Более того, вполне можно предположить, что производство вещей рано или поздно достигнет уровня автоматического сброса в овеществление так, что приумножение материальных благ перестанет быть серьезной задачей. Парадокс, однако, в том, что предприимчивость

**Секацкий
Александр
Куприянович**

Санкт-Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

**Aleksandr
Sekatskii**

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:

aksek@inbox.ru

как воля к агональности все равно сохранит свой смысл — ради себя самой, ради того, чтобы экзистенциальное измерение бытия не оскудело.

5. Тогда конкуренция перестанет восприниматься как неизбежное зло и жертва, приносимая во имя устранения дефицитов, а исчезновение естественной среды (подкладки) для культивирования общедоступной конкуренции, потребует, возможно, синтеза искусственных площадок (на сегодняшний день такие площадки, как например, спорт или даже авторствование в целом не являются ни универсальными, ни общедоступными и не могут служить заменой бизнесу в самом широком смысле в качестве питательной среды для возвращения состязательности).

6. Понимание этого обстоятельства позволяет по-новому взглянуть на роль некоторых «помех», например, таких как биржевые игры и спекуляции, как вся страта избыточного риска, явно мешающая рациональному хозяйствованию. Они наконец обретут признанный статус тех шипов, без которых не произрастает ни одна жизнеспособная роза.

Влияние политики ограничения ночной продажи крепкого алкоголя на потребление и злоупотребление алкоголем в России

Influence of the Policy of Restriction on Night Sales of Alcohol on Alcohol Consumption and Abuse in Russia

С 2006 года регионы России в разное время постепенно вводили и ужесточали ограничения на ночную продажу алкогольных напитков. В статье оценивается влияние этих мер на потребление как тех алкогольных напитков, которые попадали под действие этих ограничений, так и тех, которые под них не попадали.

Использовались данные РЛМЗ за период 2005–2012. Взрослые респонденты были разбиты на экспериментальную и контрольную группы на основе допущения, что первая отличается потенциально большей чувствительностью к указанному ограничению. Оценивались потребление водки, самогона, пива и вина по тому, потребляет ли их респондент, потребляет ли в избыточном количестве и сколько потребляет.

Выбор этих напитков обусловлен тем, что водка была основным объектом ограничения, а самогон, пиво и вино являлись потенциальными заменителями. Соответственно, исследование было нацелено на оценку того, являются ли эти напитки взаимозаменяемыми или взаимодополняемыми. Использовалась эконометрическая спецификация разности в разностях. Она предполагает действенность политики в случае обнаружения динамического эффекта в отношении экспериментальной группы, который бы отсутствовал для контрольной группы.

Согласно результатам исследования, ограничения ночной продажи алкоголя привели к сокращению потребления водки и ее частичной замене самогоном у экспериментальной группы. В качестве побочного продукта этих ограничений могло стать перераспределение алкогольного рынка в пользу крупных магазинов, чем может объясняться общее сокращение потребления самогона и общее увеличение потребления вина.

**Скоробогатов
Александр
Сергеевич**

Национальный
исследовательский
университет
«Высшая Школа
Экономики», Санкт-
Петербург, Россия

**Aleksandr
Skorobogatov**

National Research
University
“Higher School
of Economics”,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:
skorobogat@mail.ru

«Харьковская таможня просит
привлечь к ответственности
гражданина ... у коего
конфискованы 3 пары чулок»:
к вопросу о потребительских
привязанностях жителей Харькова
в 1920-е годы'

'Kharkiv Customs Requests to Bring to
the Justice a Citizen ... Whose Three
Pairs of Stockings Were Confiscated':
to the Question of Consumer Affections
of the Residents of Kharkiv in 1920s

**Скубий Ирина
Владимировна**

Харьковский
национальный
технический
университет
сельского
хозяйства имени
Петра Василенка,
Харьков, Украина

Iryna Skubii

Kharkiv Petro
Vasylenko National
Technical University
of Agriculture, Kharkiv,
Ukraine

e-mail:

irinaskubij@ukr.net

На протяжении 1920-х годов Харьков был столицей Украинской ССР, поэтому особый интерес представляет изучение того, к каким же потребительским привязанностям и пристрастиям были склонны жители столичного города и какие проблемы возникали с их удовлетворением. Изучение этого вопроса представляется возможным благодаря комплексному подходу, который предполагает вовлечение в это исследование таких направлений исторической науки, как история потребления, история торговли, экономическая история.

В годы нэпа Харьков был одним из крупнейших торговых, промышленных центров Украины и Советского Союза (после Москвы и Петрограда-Ленинграда). Численность жителей города в 1923 г. составляла около 312 000 чел. Частные торговцы, государственные магазины и кооперативы формировали у харьковчанина определенный набор пристрастий в еде, одежде и быте. Благодаря существовавшей в Харькове сети государственных, кооперативных и частных торговых заведений, в том числе проводившейся в 1923–1926 годах Крещенской ярмарке, житель столицы имел большой выбор потребительских товаров. Вместе с тем необходимо учитывать, что неотъемлемой чертой нэповской экономики был товарный дефицит. В середине 1920-х годов, ког-

да в особенности на рынке мануфактуры и кожи обострилась эта проблема, вопрос о потребительских привязанностях приобрел особое значение. Некоторые предприимчивые харьковские торговцы ездили за платками и носками в Москву, занимались контрабандой обуви и кожаных заготовок. Среди других таких товаров были и шелковые чулки, которые считались модным атрибутом женщин нэповской эпохи. В их поисках харьковские нэпманы ездили даже в Баку. У столичных жителей также были востребованы кружева. Многие из частных торговцев, по мнению местных органов власти, вели «широкий образ жизни» и были потребителями товаров роскоши, недоступных обычному пролетарию или крестьянину. «В Москве, да и в Харькове, и во всех крупных центрах, значительная часть промышленной продукции, например, текстильной и другой, красуется в витринах» — так об этом указывалось в партийной переписке. В то же время далеко не всегда спрос рабочего удовлетворялся в должной мере, поскольку имелись случаи, когда в харьковских магазинах «Синдакатшвейпрома» отпускались платья плохого качества, были сшиты небрежно и непрочны. Не всегда столичный статус жителей свидетельствовал о том, что запросы рядовых потребителей были удовлетворены в наилучшей мере.

Весьма показательным примером, характеризующим жителей Харькова в условиях дефицита многих товаров особенно в конце 1920-х годов, может служить цитата из окружной газеты «Рабочий потребитель»: «В связи с недостатком некоторых продуктов настроение определенных слоев потребителей нервное, подчас переходящее в панику. Стоит шутя в очереди сказать кому-нибудь, что не будет какого-нибудь продукта, например, соли, и в течении получаса у всех магазинов вырастут колоссальные очереди за солью».

Потребительские пристрастия харьковчан 1920-х годы формировались под влиянием того, что город был столицей республики, крупным торговым и промышленным центром. Жителями Харькова были и рабочие заводов, и торговцы-нэпманы, и партийная элита республики, и служащие. Для всех них были характерны особые пристрастия и вкусы в потреблении товаров, но вместе с тем они в целом формировали потребительский образ города.

Экономический аспект современного понимания добродетелей и пороков

The Economic Aspect of Contemporary Understanding of Vices and Virtues

**Соснило
Андрей
Игоревич**

Финансовый
университет при
Правительстве
Российской
Федерации,
Санкт-Петербург,
Россия

Andrei Sosnilo

Financial
University under
the Government
of the Russian
Federation,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:

aisosnilo@fa.ru

1. Аристотель.

Никомахова этика
[II–VI]. Соч.: В 4 т.
М.:, 1984. Т. 4. С.
85–86.

Одним из первых философов, наиболее полно и системно анализировавших понятие «добродетели», был Аристотель. В своём учении о добродетелях он основывал точку зрения, в соответствии с которой добродетель доводит до совершенства то, добродетелью чего она является: «...всякая добродетель доводит до совершенства то, добродетелью чего она является... добродетель лошади делает лошадь хорошей и способной бегать, и носить всадника, и противостоять неприятелям» («Никомахова этика», II, 5 (VI), 133 16–21). [1]

Такие умозрительные понятия, как мораль, нравственность, этика, пороки и добродетели и т. п. не являются понятиями застывшими и неизменными, наоборот, они претерпевают видоизменение в зависимости от конкретной национальной или цивилизационной культуры, традиций и норм, исторической эпохи, политической конъюнктуры.

Понятия добродетелей и пороков и сегодня остаются не просто социальными стереотипами, но являются ещё и защитными социальными механизмами. Общество на протяжении всей своей истории старалось максимально себя оградить от различного рода опасностей. В разные исторические эпохи обеспечение этой защиты было направлено на различные аспекты. Долгое время главенствующую роль в оценке и определении пороков играла церковь. В XXI в. роль церкви несколько снизилась, но для значительного числа людей она является значимой. Многие суждения Святого писания призывают человека к соблюдению морали, поступкам по совести, ограничению чрезмерного потребления и корысти и пр. В рамках Христианства были сформулированы главные грехи, или коренные грехи (а иначе — пороки): лень или уныние, гнев, чревоугодие, гордыня, алчность, зависть, похоть.

Многие из корневых грехов можно оценивать как «экономические пороки». Такой порок, как уныние или лень с экономической точки зрения влияет не только на благополучие одного отдельно взятого человека, но делает свой вклад в благосостояние всего общества. Оценить ущерб, который на-

носит уныние в глобальном смысле можно только приблизительно, поскольку есть как прямые, так и косвенные потери. В своём крайнем проявлении уныние проявляет себя как депрессия, которая, в свою очередь, может стать одной из причин самоубийства человека. Не так давно вполне благополучная в экономическом плане Швеция занимала первое место по количеству самоубийств в мире. Потеря трудоспособного члена общества наносит ему прямой ущерб в виде потери средств, потраченных на его обучение и профессиональную подготовку, неуплаченные налоговые и пенсионные отчисления, ухудшает демографическую ситуацию. Если затрагивать концепцию человеческого капитала, то упущенная общественная выгода от реализации идейного потенциала (творческого, научного, изобретательского, предпринимательского и пр.) гражданина может быть очень велика. Например, американская секретарша Бэтти Грэм изобрела жидкую штрих-замазку. В 1975 г. Бетти продала основанную ей фирму «Liquid Paper», в которой к тому времени работало 200 чел. и производилось 25 млн флаконов корректора в год, компании «Gillette» за 47.5 млн \$.

В обыденном проявлении в следствие уныния и лени снижается эффективность труда, допускается разгильдяйство и попустительское отношение к своим должностным обязанностям, что повышает всевозможные социальные риски (аварии, катастрофы, экономический и пр. ущерб), снижает конкурентоспособность отдельно взятых организаций, всего общества в целом. Святое писание также подчёркивает, что праздность несёт великое зло. Об этом свидетельствуют и слова апостолов: «Кто не работает, да не ест» ... «Как для каждого необходима ежедневная пища, так необходим и труд по силам».

Неуправляемый гнев также приводит к схожим и нравственным, и правовым, и экономическим рискам. В крайней форме гнев приводит к причинению суще-

ственного экономического ущерба, это может проявляться как в простой порче имущества, так и в причинении вреда здоровью (вплоть до наступления инвалидности), совершении одиночных или даже массовых убийств (террористический акт). В развитых и развивающихся странах с каждым годом всё более ярко проявляется проблема переизбытка, ожирения. Чревоугодие и как следствие — ожирение пагубно влияет на здоровье человека, увеличивается число заболеваний, сокращается продолжительность жизни. Указанные выше экономические потери налицо и здесь.

Экономическая рациональность входит во всё большее противоречие с нравственными, моральными и гуманистическими ценностями и в этих условиях должны быть найдены новые механизмы, обеспечивающие гармоничное развитие человечества и планеты в целом.

Экономика городских соблазнов: акторно-сетевой анализ

Economy of Urban Temptations: Actor-Network Analysis

Город как специфическое экономическое пространство имеет сетевую топографию, которая локализует множество либидиозных акторов, продуцирующих множество благ — соблазнов и пространств соблазна. Акторы экономического пространства города не образуют иерархии и их локализация основывается на принципе включения в единую гибридную (социо-технологическую) сеть. Элементы рекламы, товары и услуги, действующие экономические субъекты создают горизонтально организованные ассамбляжи.

По сути задача акторно-сетевого исследователя городских соблазнов сводится к картографированию зон аттракций в городской среде. И к анализу принципов включения/исключения в постоянно возникающие/распадающиеся либидиозные единства (ассамбляжи) как в публичных пространствах рынков, так и в местах локализации потребления в экономическом пространстве города.

**Тарабанов
Арсений
Эдмундович**

Санкт-Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

**Arseny
Tarabanov**

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:
emedu@mail.ru

Дикари, цивилизация и алкоголь: от античности до Нового времени

Barbarians, Civilization, and Alcohol: From Classical Antiquity to the New Age

**Сурен
Арменович
Тахтаджян**

Санкт-
Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

Souren Takhtajan

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:
sourtakh@mail.ru

Античные свидетельства отмечают падкость на вино ряда варварских народов и племен. Особенно сильную тягу к вину испытывали те племена и народы, у которых отсутствовало собственное виноделие.

В то же время у античных авторов имеются сведения о попытках варваров отказаться от употребления вина. По сообщению Цезаря, нервии не позволяли ввозить к себе вино и другие предметы роскоши. Цезарь также упоминает введенный свебами запрет на ввоз вина. Об отказе набатеев от вина говорит Диодор. Страбон сообщает, что вождь даков Буребиста вынуждал своих подданных отказаться от вина и даже вырубал виноградники.

У нас есть сведения и о причинах введения таких запретов: это объяснения, которые приводили сами варвары. Так, нервии и свебы, по словам Цезаря, считали, что употребление вина ослабляет их воинскую доблесть. Свой более простой образ жизни германцы рассматривали как преимущество, и попытки отказа от алкоголя были составной частью мер, направленных на поддержание неприхотливости и воинского духа в условиях столкновения с цивилизацией. Засвидетельствованный античной традицией отказ набатеев от вина был проявлением характерного для кочевников стремления к поддержанию своего образа жизни, который затруднял борьбу с ними для оседлых соседей. Итак, уже в античную эпоху у отдельных племен на периферии греко-римской цивилизации возникали нативистские движения, ставившие целью сохранение традиционного образа жизни или отдельных его сторон.

Запрет на употребление вина в большинстве случаев не следует понимать как отказ от всякого алкоголя. Так, германцы и фракийцы продолжали употребление собственного алкогольного напитка — пива. К тому же отказ от вина, как правило, не был длительным. Для его относительного успеха явно требовалась религиозная санкция: культ Шай'ал Каума, «бога, который не пьет вина», у набатеев, помощь мероприятиям Буребисты со стороны чародея Декэнея. Две причины приводили к расширению ареала употребления вина. Одной была тяга к этому напитку варваров. Другой — стремление к наживе представителей

цивилизации. У Диодора сохранилось яркое описание неэквивалентной торговли итальянских купцов, по невероятно высокой цене продававших кельтам вино. В целом, очевидно, более разрушительным для отсталых культур оказалось их столкновение с цивилизацией в Новое время. На стороне европейской культуры теперь было подавляющее техническое превосходство. Кроме того, в промышленном количестве стали производиться дистилляты. Продажа туземцам крепких алкогольных напитков была заметным явлением в ходе европейской колонизации Нового времени. Колонисты наживались на продаже коренным жителям Северной Америки рома, бренди и виски. Индейцы часто не могли устоять перед соблазном, отдавая за алкоголь неэквивалентно большое количество товара. С другой стороны, они осознавали, что последствиями пьянства являются ослабление воинской доблести и распад семьи. Неудивительно, что ряд индейских племен отказывался от употребления алкогольных напитков и запрещал их ввоз. В одних случаях запрет вводился под влиянием христианских миссионеров. В других он был составной частью нативизма, в котором яркую роль играли индейские пророки. Попытки колониальной, а затем американской администрации прекратить или ограничить торговлю оказывались малоэффективными. Сходные явления происходили и в ходе приобщения к культуре коренного населения Сибири и Алтая. И здесь попытки запретить продажу водки туземцам не давали результата, и пьянство среди них было широко распространено. С другой стороны, возникшее, например, в начале XX века на Алтае движение Чета Челпанова (бурханизм) было, по всем признакам, нативистским. Его последователи должны были, в частности, отказаться от водки и табака. Торговля алкоголем является одной из форм контакта цивилизации с отсталой культурой. Она ярко выявляет как пороки, так и добродетели обеих сторон.

Экономика желаний: «ящик Пандоры» эпохи глобализации

Desire Economy: A "Pandora Box" of Globalization Era

**Толстокурова
Алиса
Валерьевна**

Независимый
исследователь,
Киев, Украина

**Alisa
Tolstokorova**

Independent
scholar, Kyiv,
Ukraine

e-mail:
alictol@yahoo.com

Процесс глобализации вызывает рост популярности философии гедонизма и основанных на ней жизненных практик наслаждения, интегрированных в глобальную «экономику желания» с ее собственной «геополитикой желания» [Shih Shu-May 1998]. Эта модель экономической организации является результатом «перепроизводства свободы» [Долгин 2008] и структурных неравенств глобальной экономики, предоставляющей привилегированным группам доступ к экзотическим вещам и телам и зиждется на создании и удовлетворении новых желаний и потребностей, зачастую ложных и излишних.

Так, глобальный мир, пронизанный идеологией безудержного потребления, зиждется на принципе широкомасштабной «коммерциализации всего», включая нематериальные аспекты человеческой жизни, такие, как любовь к детям, невинность ребенка и святость детства [Толстокурова 2014: 74]. Товарную ценность приобретают даже такие категории, как любовь, интимность, забота и уход, а локализованность является признаком депривации и деградации [Baumann 1998]. Одним из аспектов глобализации является коммодификация женщин и детей на глобальных рынках различных интересов, включая организованную преступность, туризм, военную индустрию, стремящихся удовлетворять самые разнообразные порочные желания, в том числе посредством «покупки транснациональной интимности» [Shen 2008]. На тесную связь между глобализацией и коммодификацией телесности как «эстетизацией порока» [Толстокурова 2014: 72] указывают многие авторы, подчеркивающие, что в последние три десятилетия капиталистическая реструктуризация и международная политическая экономия стали проявляться в самых интимных сферах жизни [Hughes 2000; Bernstein 2001; Tettey 2006].

Глобализация дала толчок развитию мировой индустрии развлечений и секса, в которой задействованы преимущественно женщины-мигрантки, зарабатывающие маргинальной и рискованной занятостью. Туризм и интернет как основные составляющие глобализации создали благоприятные условия для распространения педофилии и сексуальной эксплуатации детей, экспортируемых из периферии мировой системы на продажу в странах Глобального Юга.

Хотя сексуальная эксплуатация не является новым феноменом, возникновение новейших транспортных и информационных технологий, облегчающих мобильность населения, позволило увеличить географический размах подобной деятельности и расширить круг вовлеченных в нее людей, как жертв, так и бенефициариев.

Коммерциализируются не только человеческие отношения, но даже человеческая анатомия. В последние десятилетия больное, стареющее западное общество является потребителем биологического материала из третьего мира. Человеческие органы и ткани, и даже живые младенцы, экспортируются в богатые страны в качестве биоматериала для трансплантации обеспеченным клиентам. Бесплодные семейные пары из обеспеченных государств покупают детей из восточной Европы в целях усыновления и используют славянских женщин в качестве суррогатных матерей для своих биологических отпрысков или используют их яйцеклетки для искусственного оплодотворения. Сформировался целый «репропоток» [Inhorn 2010], т. е. поток людей и человеческих органов, направляемых с репродуктивной целью из сырьевого придатка «экономики желаний» в ее ядро.

Конфликтные аспекты развития благотворительности в России

Conflict Aspects of Philanthropy in Russia

**Тульчинский
Григорий Львович**

Национальный
исследовательский
университет «Высшая
школа экономики»,
Санкт-Петербург,
Россия

Grigorij Tul'chinskij

National Research
University "Higher school
of economics", St.
Petersburg, Russia

e-mail:
gtul@mail.ru

Развитие благотворительности в современной России сопровождается конфликтными ситуациями, обусловленными особенностями взаимодействия участников этого процесса.

Так, во взаимоотношениях благотворителей и реципиентов такие проблемные ситуации связаны, прежде всего, с недостатком информации о потенциальных благополучателях, обратившихся за поддержкой. Речь идет не только о их репутации, но и о существовании — возможно — более нуждающихся и достойных реципиентов. Не менее важным является и (небезоснованное) недоверие потенциального донора к благополучателю. Во-первых, это недоверие к экономической, правовой, просто управленческой компетентности потенциальных реципиентов, их умению грамотно составить смету, подготовить договор, правильно установить отношения с подрядчиками, правильно использовать деньги по назначению. Во-вторых, это неуверенность в том, что реципиенты адекватно понимают и учтут интересы донора. Сказывается и просто усталость от просьб «дать денег». Наконец, до сих пор сказывается недопонимание роли и возможностей в развитии интегрированных маркетинговых коммуникаций, социального партнерства и систематических PR.

Потенциальным реципиентам также в изрядной степени мешает недостаток информации о потенциальных благотворителях, их интересах, к кому бы можно было обратиться за поддержкой. Опросы работников социально-культурной сферы показывают, что ими самими признается реальный слабый профессионализм в вопросах фандрейзинга, менеджмента, маркетинга, PR. Нередко отмечается так называемый «психологический барьер» («стыдно просить мне у этих», боязнь отказа «мне лично»), за которым чаще всего кроется отмеченный выше фактор недостаточного профессионализма: недостаток умений оборачивается дизмотивацией, объясняемой «задним числом» различными «причинами».

Существуют и факторы, мешающие обеим сторонам благотворительности. Прежде всего, это законодательство, отнюдь не стимулирующее благотво-

рительность, подозрительное отношение государства (законодателей и правоохранителей) к некоммерческим организациям, настороженное и даже агрессивное отношение ко всякой гражданской самостоятельности, общественной самоорганизации, проявлениям гражданского общества. Кроме того, традиционная для российской государственности трактовка деловой активности как сферы «кормления» дополняется добровольно-принудительной благотворительностью, когда бизнесу делается органами власти «предложение, от которого невозможно отказаться». Парадоксальным образом это оказывается связанным с недоверием к благотворительности, подозрениями в мошенничестве, вмешательстве в политику. Встречаются произвольные трактовки законодательства, регулирующего благотворительность, налоговыми органами: например, получение благотворительной поддержки как «оказание рекламных услуг». Не меньшее недоверие проявляется и со стороны бизнеса: правовой нигилизм и «политическая целесообразность» органов власти в отношении к благотворительности, порождающий боязнь «государева ока». Нередко бизнес, занимающийся благотворительностью избегает публичности, видя в ней нежелательную «рекламу» для коррупционеров или криминала.

Ряд факторов (прежде всего — правовой, особенности нравственной культуры) носят долговременный и даже устойчивый характер. Их устранение может быть связано с развитием рыночной экономики, формированием правовой легитимности и нравственного признания российского бизнеса, интеграцией социума в мировое экономическое, информационное, политическое и культурное пространство.

Наиболее существенными средствами и механизмами преодоления межсекторального недоверия, развития взаимной социальной ответственности могут служить:

- формирование общественного мнения, привлечение его внимания к проблемам благотворительности
- устранение несуразностей в законодательстве
- развитие некоммерческого сектора и системной благотворительности
- развитие информационной и организационной инфраструктуры благотворительности
- профессиональная подготовка менеджеров некоммерческой сферы.

Богатство как достаток, излишек и роскошь

Wealth as Sufficiency, Surplus and Luxury

**Ушанков
Вячеслав
Анатольевич**

Санкт-Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

**Vyacheslav
Ushankov**

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:
slawusha@gmail.com

Доклад посвящен рассмотрению содержания понятия «богатство» и его структуры. Выдвигается предположение о сохранении нормативной составляющей этого понятия, показывается, что от интерпретации богатства как достатка, излишка либо роскоши зависит трактовка хозяйственного поведения как добродетельного или порочного.

Ключевые слова: богатство, нормативно-оценочное суждение, богатство-достаток, богатство-излишек, богатство-роскошь.

«Богатство», несмотря на свою количественную неопределенность, продолжает использоваться в экономической науке. Под ним принято обозначать достигнутый результат деятельности, направленной на обеспечение людей всем необходимым для их жизни и выживания. В новое время богатство стало играть ключевую роль в науке о хозяйстве и заняло устойчивое место в трактатах и памфлетах о «Богатстве народов» (А. Смит).

С усложнением экономического анализа в его неоклассической фазе категория «богатство» постепенно исчезает из употребления. На место этого довольно неопределенного понятия приходит система точных количественных показателей, показывающих результативность хозяйственной деятельности. Но понятие «богатство» не исчезает из экономической науки, оно продолжает жить в языке и оценочных суждениях, поскольку, несмотря на стремление создать позитивистскую науку, экономическая наука явным и неявным образом остается нормативной.

Понятие «богатство» никогда не сводилось к количественному выражению. Оно всегда выражало состояние достатка, «истинного богатства». Богатство — это нормативно-оценочное суждение, которое определяется общепризнанными нормами достатка, складывающимися в данном обществе для данной социальной группы на данной стадии развития. Количественное выражение богатства в деньгах возможно, но это не отменяет нормативной оценки, служащей для выражения состояния благосостояния.

«Богатство» в русском языке означает — богом данное или богово, т. е. от бога, то, чего человек «заслужил» в своей праведной жизни. Богатство — данность, норма для жизни и выживания, причем достижение его не всегда связано с личными усилиями собственного обеспечения всем необходимым.

Богатство-достаток, — то, что дано и что обеспечивает «нормальное» существование (выживание) его получающего. Богатство — достаточность, зажиточность, «досыть», своего рода умеренность — от «меры». К богатству относится все, что позволяет жить, выживать, т. е. является нормальным для данного места и времени. Иными словами, богатство проявляет свой истинный смысл в понимании «данного» как необходимого, желаемого и нормального.

Богатство как излишек, или как изобилие, вовсе не означает, что оно не нужно, что оно лишнее, или что оно «от лукавого». Во-первых, излишек может быть необходим для создания «запаса». Во-вторых, самое главное, излишек может быть предназначен не для непосредственного потребления — «жить, поживать». Излишек может естественным образом быть предназначен для процесса накопления, которое никак не означает еще наживы, а служит лишь для того, чтобы «добра наживать». В этом смысле богатство как избыток, представляет собой лишь часть богатства-достатка и включается в оправдываемую норму богатства, необходимого для жизни и выживания.

Богатство как роскошь. Но «богатство как излишек» может быть представлено и в отрицательном смысле. Если «богатство как излишек» выполняет роль расширения благосостояния и имеет хозяйственное и моральное оправдание, то «богатство как излишек» сверх воспроизводственной нормы предстает как осуждаемое богатство. Происходит это тогда, когда излишек превышает норму необходимого присвоения, обеспечивающего нормальное воспроизводство жизни.

Богатство как чрезмерное, сверх нормы, «избыточное, пышное, роскошное» воспринимается уже не как богом данное, а как имущество, служащее для демонстрации «богатства» — роскошь. Богатство как роскошь и излишество теряет свое моральное оправдание.

Экономика люмпен-интеллектуала: вино и опиум, деньги и кредиты в жизни и творчестве Шарля Бодлера

Economy of Lumpen-intellectual: Wine and Opium, Money and Credits in the Life and Work of Charles Baudelaire

**Фокин Сергей
Леонидович**

Санкт-
Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

Sergei Fokin

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg, Russia

e-mail:

serge.fokine@yandex.ru

1. Фигура люмпен-интеллектуала выдвигается нами в качестве интерпретационной модели, позволяющей объяснить константы поведения артиста (мыслителя, поэта, художника), оказавшегося в 30-50-е годы XIX в. в условиях бурно развивающегося во Франции капитализма и вынужденного определять свое существование, с одной стороны, в отношении ключевого вопроса эпохи, каковым стал вопрос собственности (Прудон, «Что такое собственность?», 1840) тогда как с другой — в отношении главного экономического лозунга исторического момента, приписываемого Ф. Гизо — «Обогащайтесь!». Фигура люмпен-интеллектуала, совпадая, в общем и целом, с тем определением «богемы», которое представил Маркс в работе «Восемнадцатое брюмера Луи Бонапарта» (1852), позволяет более точно описать позицию обездоленного артиста, нежели опоэтизированные и мифологизированные фигуры «проклятого поэта», «денди» или «фланера», от которых его следует отличать.

2. Шарль Бодлер, «лирический поэт эпохи развитого капитализма» (В. Беньямин), столкнулся с обозначенными потребностями самоопределения как в личной жизни, когда по решению семейного совета был лишен возможности пользоваться достаточно значительным отцовским наследством, в силу чего постепенно был вынужден сделать выбор в пользу жизни без собственности, так и в творчестве, недвусмысленно ответив на призыв Гизо «Обогащайтесь!» поэмой в прозе «Опьяняйтесь!».

3. Исследование функций вина и опиума в творчестве и жизни поэта должно сопровождаться анализом реальных экономических характеристик его существования (доходы, расходы, кредиты, долги), равно как непредвзятым рассмотрением его довольно оригинальных экономических воззрений, высказанных, прежде всего, в переписке с его поверенным, мэтром

Нарсиссом-Дезире Анселем, ставшим со временем самым близким конфидентом поэта. В этих письмах денежная тема выходит на первый план: до самой смерти поэт вынужден просить, выпрашивать, вымаливать деньги у матери и стряпчего. Образ последнего становится своего рода наваждением, о чем свидетельствует концовка одного из писем к матери: «Мсье Ансель. — Мсье Ансель. — Мсье Ансель».

Литература

- 1. Беньямин В.** Шарль Бодлер. Лирический поэт в эпоху развитого капитализма // Беньямин В. Маски времени. СПб., 2008.
- 2. Маркс К.** Восемнадцатое брюмера Луи Бонапарта // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. Т. 8. М., 1957.
- 3. Фокин С. Л.** Пассажи. Этюды о Бодлере. СПб, 2011.

Алкоголь в Российской Империи (1820–1917)

Alcohol in Late Imperial Russia (1820–1917)

**Хаустова
Екатерина
Владимировна**

Российский
государственный
социальный
университет,
Москва, Россия

**Ekaterina
Khaustova**

Russian State Social
University, Moscow,
Russia

e-mail:
ekhaustova@mail.ru

Серьёзные экономические изменения второй половины XIX века — освобождение крестьян, индустриализация, реформистская деятельность и демократизация — сыграли свою положительную роль и патриархальное русское общество начало активно меняться. Эти изменения затронули многие сферы жизни дореволюционной России и даже такие специфические ее аспекты как отношение к алкоголю. Следует отметить, что проблема потребления алкоголя разными слоями общества всегда вызывала особый интерес, поскольку связана с разными сторонами жизни: экономической (увеличение доходов казны и место алкоголя в потребительской корзине населения); социальной и культурной (борьба с пьянством, воспитание культуры питания).

В разные периоды русской истории привычки людей и отношение к алкоголю менялись. Этому немало способствовала государственная политика, которая зачастую носила противоречивый характер. Так, с одной стороны, государство было озабочено главным образом получением «алкогольного» дохода, для обеспечения которого были введены различные формы контроля над оборотом: частичная или полная государственная монополия, отпуск водки населению только в специальных заведениях, с другой стороны, государство волновала проблема борьбы с пьянством, в связи с чем было принято решение заменить кабаки трактиром и корчмой, то есть местами, где торговали бы не только «голой» водкой, а где к водке можно было бы получать еду, закуску, что, несомненно, вело к меньшему проявлению опьянения. Таким образом, потребление алкоголя всегда проявляется как острая экономическая и социальная государственная проблема.

В статье рассматривается динамика потребления алкоголя в Российской Империи с 1820 по 1917 годы, его место в потребительской корзине и влияние на уровень жизни населения. Наше исследование основано на новом, но уже признанном на Западе методе профессора Роберта Аллена (Оксфордский Университет). Он заключается в определении номинальной и реальной заработной платы путём расчета потребительской корзины. Реальная заработная плата

характеризует общий объём потребления и является важным показателем уровня жизни населения (как мужчин, так и женщин).

Работа основана на новой базе данных заработных плат и цен на провизию в Санкт-Петербурге и Москве, собранной в Государственном Историческом архиве Санкт-Петербурга и Центральном Историческом архиве Москвы.

В работе рассматриваются следующие индикаторы:

- Цены на различные виды алкоголя (водка, пиво, вино, шампанское и т. д.)
- Доступность алкоголя для различных социальных классов (неквалифицированных работников, квалифицированных рабочих, бизнесменов, работающих женщин, студентов, профессоров Императорских Университетов)
- Количество мест, продающих алкогольные напитки и сравнение их количества с другими европейскими странами
- Количество алкоголя на душу населения
- Потребление алкоголя и уровень образования в Санкт-Петербурге
- Количество больных алкоголизмом в Санкт-Петербурге и многое другое.

Детский брендинг: маркетинговая технология или социально опасный инструмент?

Children's Branding: Marketing Technology or Socially Dangerous Tools?

**Цой Марина
Евгеньевна,
Щеколдин
Владислав
Юрьевич**

Новосибирский
государственный
технический
университет,
Новосибирск,
Россия

**Tsoi Marina,
Schekoldin Vladislav**

Novosibirsk State
Technical University,
Novosibirsk, Russia

e-mail:
mtsoi@mail.ru

Одним из наиболее эффективных современных средств продвижения продукции, используемых компаниями, является брендинг, основная идея которого — создание уникального названия и образа товара в сознании потребителей за счет маркетинговых мероприятий, направленных на привлечение потенциальных и удержание лояльных клиентов. Детская и юношеская целевая аудитория является одной из наиболее подверженных воздействию брендов. Любой ребенок практически ежедневно непосредственно сталкивается с брендовой продукцией и, таким образом, с самого раннего детства формирует свое отношение к тем или иным брендам. При этом товары, предлагаемые детям, часто характеризуются высокой степенью оборачиваемости как, например, продукты питания (фаст-фуд, снеки, напитки и пр.); отвечают запросам молодежных тенденций (моды); обладают высокой степенью эргономичности, т. е. просты и удобны в использовании и потреблении; а также отличаются ценовой доступностью и широкой представленностью на всех рынках.

Зачастую производители, продвигая свой товар и желая завоевать симпатии детей и подростков, не задумываются о последствиях своих действий, таких, например, как воздействие рекламы на детскую психику и создание при этом нездоровых стереотипов поведения, навязывание определенных потребительских моделей lifestyle. А ведь это может негативно повлиять на здоровье ребенка в целом. Одним из отрицательных последствий продвижения брендов фаст-фуда и т. д. является ожирение, вызванное чрезмерным потреблением этой высококалорийной пищи с большим содержанием жиров, соли и сахара. Это демонстрирует ярко выраженная тенденция к увеличению числа детей и подростков с избыточной массой тела в современном обществе, например, в развитых странах доля таких детей составляет более 30% [1]. В России уровень ожирения среди детей колеблется в зависимости от региона от 3% до 20% [2] и постоянно увеличивается.

Следовательно, в целях сохранения здоровья подрастающего поколения необходимо оградить его от чрезмерного влияния брендов, например, лимитировать степень воздействия рекламы не просто конкретного бренда или товара, но в целом рекламы нездоровой продукции в СМИ, ограничить использование в рекламных целях популярных персонажей, героев мультфильмов и кино.

Федеральный закон РФ «О рекламе» от 2006 г. содержит статью, посвященную защите несовершеннолетних, где перечислен целый ряд требований и ограничений. Однако, во-первых, в большинстве случаев практически недоказуемо, что реклама скрыто влияет на детскую психику и тем самым нарушает законодательство. Во-вторых, этих мер явно недостаточно.

В связи с этим необходимо более тщательное изучение влияния технологий брендинга на детскую аудиторию с целью коррекции этого воздействия и выработки рекомендаций для соответствующих органов государственного управления.

Литература

1. **Guariguata L.** Tracking the Global Epidemic — New Estimates from the IDF Diabetes Atlas Update for 2012 // *Diabetes in Society*. 2012. Vol. 57. Issue 3. Pp. 12–15.
2. **Аверьянов А. П., Болотова И. В., Зотова С. А.** Ожирение в детском возрасте // *Лечащий врач*. 2010. № 2. С. 13–15.

Забота о престарелых родителях: семейное обеспечение заботы в России

Taking Care of Elderly Parents: Family Provision of Care in Russia

**Цыплакова
Дарья**

Российская
академия народного
хозяйства
и государственной
службы при
Президенте РФ,
Москва, Россия

Recent increase in healthy life expectancy brings to the surface the problem of elderly care. Elderly often require care on the daily basis, but they also provide substantial support to their spouses, children and grandchildren. In Russia, less than 1% of the elderly receive long-term care services in institutions and less than 4% receives social services at home (SAGE, 2007–2010). Therefore, significant burden of elderly care rests with family. The issue of tackling provision of elderly care remains a very important priority even in the state of current economic turmoil.

Daria Tsyplakova

Russian Presidential
Academy of National
Economy and
Public Administration,
Moscow, Russia

Performance of care-givers became an object of interest for economic theory relatively recently and the overall theory is still absent. Care-giving services differ from the household production, although these two types of activities may overlap considerably. Classical theoretical approach to care-giving is based on the concept of altruism, i. e. care-giver derives satisfaction from the utility of care-receiver. However, motivation for care-giving might include other considerations (strategic exchange of services, concern for inheritance, etc.).

e-mail:

dtsyplakova@nes.ru

The research on determinants of adult children's time and money spent on parental care-giving is being impeded by necessity to disentangle the causality linking different types of transfers. Using panel data from the survey «Parents and Children, Men and Women in Family and Society» (Russia, N = 4095, years 2004, 2011), I study monetary and time transfers given by adult children to their mothers aged 50 and above. When caring of dependent parents, adults have a choice between provision of care by monetary transfer and by devoting their time to caregiving.

Results based on IV regression suggest that monetary transfers weakly substitute family care for Russian care-givers. This conclusion has an important policy-making implication — substitutability of two types of transfers should be taken into account when social policies and healthcare policies are designed.

«Бар в Фоли-Бержер» Эдуарда Мане.
Метафора «опьяняющая жизнь»
в искусстве индустриальной эпохи
Manet's A Bar at the Folies-Bergère.
“Intoxicating Life” as a Metaphor
in the Art of the Industrial Era

Мюзик-холл «Фоли-Бержер» был в Париже конца XIX века одним из самых фешенебельных заведений, связанных с масштабной индустрией и потреблением развлечений разного рода. «Фоли-Бержер» соединял в себе кафе-концерт, цирк, театр, царство проституток, галерею-променад (интерьерный аналог парижского бульвара) вокруг зимнего сада и вдоль барных стоек. Фоли-Бержер упоминался в Большом словаре Ларусса, путеводителе по Парижу Бедекера, в текстах Гонкуров, Гюисманса, Мопассана... Самым знаменитым изображением этого заведения стала картина Эдуарда Мане «Бар в Фоли-Бержер» (1881–1882).

Сюжет картины прозрачно намекает на два порока — пьянство и сладострастие, сближенные в своем коммерческом аспекте: торговля алкоголем (в данном случае модными и недешевыми напитками: элем «Басс», мятным ликером, розовым вином, шампанским) ассоциируется с торговлей любовью (барменша была или, во всяком случае, воспринималась девушкой нестрогих нравов, потенциально продажной). В этом отношении картина Мане отражает и практику публичных мест, и установку сознания, которые являлись элементом современной урбанистической экономики пороков.

Однако более интересно то, что описание коммерции, потакающей пороку пьянства, Мане превращает в характеристику исключительной ценности, а, точнее, бесценности мимолетной современной жизни, трактуя ее как способную опьянять в переносном смысле слова, т. е. зачаровывать, захватывать, вдохновлять. Воспеваемое Мане упоение жизнью предстает безусловным экзистенциальным благом. Оно не гарантирует идиллии: граница между пороками и благом, между темными и светлыми сторонами жизни остается открытой. Но это благо нельзя купить, в отличие от вина, зрелища, женщины.

**Чернышева
Мария
Александровна**

Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург,
Россия

**Maria
Chernysheva**

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:
mariachernysheva@
mail.ru

Мы рассмотрим картину Мане «Бар в Фоли-Бержер», во-первых, как историческое свидетельство, касающееся экономической и социальной организации развлечений в Париже конца XIX в.; а во-вторых, как новаторскую художественную интерпретацию современного феномена массовой индустрии и потребления удовольствий. Отдельное внимание будет уделено тем приемам, благодаря которым в этой картине — с беспрецедентной в живописной традиции яркостью и ясностью — визуализируется метафора «опьяняющая жизнь».

Homo possible в экономическом пространстве общества потребления

Homo Possible in the Economic Space of the Consumer Society

Современная реальность становится все более ускользающей от человека, приобретая черты попсибилизма. Для того чтобы адаптироваться к условиям современного общества, требуется новый тип человека — homo possible, который сможет принять принципиальную неустойчивость, нестабильность реальности. Можно выделить три типа homo possible, применяющих разные стратегии адаптации в экономическом пространстве общества потребления.

В **адаптивно-конструктивном** (самосохраняющем) типе homo possible относительно свободен от воздействия на него культурных ценностей общества потребления. Существование и жизнедеятельность homo possible этого типа подчиняется принципу адаптивной гибкости, связанной со следующими личностными ресурсами человека: мотивация к инициативному социальному действию и деятельности; низкий уровень отчуждения; широкое образование; развитые аналитические и прогностические способности; способность к самообразованию; высокий творческий потенциал и др.

Данный тип имеет наиболее структурированное экономическое поведение. Можно предположить, что исходя из стремления к сохранению адаптивной гибкости, представители этого типа будут ориентированы на: потребление качественных образовательных услуг; приобретение функциональных вещей, обеспечивающих стабильность их существования; накопление денежных средств, дающих свободу передвижения; поиск работы и выстраивание карьеры в тех областях, которые удовлетворяют их потребность в развитии. Сюда же можно отнести и поведение людей, полностью отказывающихся от ценностей потребительского общества (например, дауншифтеры). Структура экономического поведения при этом остается схожей, изменяется лишь представление о качестве жизни и, следовательно, ассортименте необходимых вещей (товаров).

Модусами адаптивно-конструктивного типа homo possible будут модели, ограниченные в возможностях, шансах использования возможностей (по

**Шипунова
Татьяна
Владимировна**

Санкт-Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

**Tat'yana
Shipunova**

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:
shtatspb@ya.ru

времени, полноте и завершенности). Они имеют риски совершения социальных действий разной степени деструктивности и дезадаптивности. Так может актуализироваться, например, **девиантный тип** homo possible.

Его действия и деятельность направляются ценностями потребительского общества, но ограниченные ресурсы не позволяют достигать своей цели в легитимном пространстве. Компенсатором недостаточных ресурсов может стать причастность к идеям какой-то (любой) группы, признаваемой «своими» (например, преступные банды, агрессивные молодежные субкультуры). Если не удастся реализоваться и в нелегитимном пространстве, человек начинает реализовываться в пространстве «социального небытия» (алкоголизация, наркотизация, самоизоляция).

Структура экономического поведения данного типа homo possible диктуется «новым гуманизмом» общества потребления, но удовлетворение потребностей протекает в нелегитимном пространстве. В связи с этим представители данного типа поддерживают экономическую деятельность всех форм организованной преступности (наркобизнес, игровой бизнес, бизнес сексуальных услуг и т. д.), как в качестве производителей противозаконных товаров и услуг, так и в качестве их потребителей.

Третий тип, **homo possible гуттаперчевый** — это человек сверхконформный. Его стратегии зависят от навязанных извне правил игры, рейтингов, баллов, индексов, оценок вышестоящих лиц, экспертов и т. д. Совокупность этих показателей является своего рода пропуском в различные системы — привилегий, принадлежности, причастности, льгот, статусов, отличий, рангов и т. д.

Интенции данного типа homo possible направляются ценностями общества потребления, которые предписывают победу в конкуренции любыми средствами. Не последнее место среди средств в этой борьбе занимает статусное потребление и/или количественное увеличение потребления. Здесь вещи выполняют задачу самопрезентации человека или, иначе, управления впечатлениями. Экономическое поведение homo possible гуттаперчевого определяется: авторитетом начальства; модой; рекламой (дорогих) товаров; корпоративными предпочтениями; желанием, с одной стороны, «быть как все» в своем кругу, а с другой — «быть уникальным» (богаче, «круче») и др. Это наиболее управляемый, внушаемый и, как следствие, наиболее удобный субъект с точки зрения благополучия экономики общества потребления, поскольку он легко поддается манипуляциям и соблазнам.

Роль моральных факторов в экономической теории Morality in Economics

Этические оценки в экономической теории, прежде всего, проявляются в той парадигме, которая лежит в основе теории. Наиболее ярко они связаны с категориями справедливости, бережливости и расточительства, безработицы и ряда других.

Остановимся на анализе двух явлений, которые в разные времена и разными научными школами трактовались и как порок и как добродетель — бережливости и расточительстве. Большинство экономических теорий, разработанных до начала XX столетия, основывались на принципе, что бережливость — социальная добродетель. Он был выдвинут еще меркантилистами, призывавшими накапливать деньги в стране. В системе взглядов А. Смита бережливость выступала как важнейший фактор роста национального богатства наряду с трудолюбием. Именно бережливость по мысли Смита лежит в основе первоначального накопления капитала. Подобное восхваление бережливости, как социальной добродетели присутствовало во всей классической школе и в ее продолжениях в неоклассике. В современной экономической теории сходные идеи можно найти у монетаристов.

Альтернативная позиция появилась в трудах Т. Р. Мальтуса, который впервые высказал идею, что расточительное потребление дворянства и других непроеводительных классов смягчает экономические кризисы. Идея о том, что бережливость — это социальное зло, нашла последовательное развитие в теории Дж. М. Кейнса и его последователей. Кейнсианская парадигма непосредственно базируется на основном психологическом законе, утверждающем, что существует тенденция отставания роста потребления от роста доходов. Таким образом, капиталистическая экономика страдает от недостаточного совокупного спроса. В этих условиях бережливость является социальным злом. Благодаря отставанию совокупного спроса от совокупного предложения возникает кризис перепроизводства, растет безработица и начинают действовать различные мультипликационные эффекты, усиливающие негативные тенденции. Основываясь на этой логике, Кейнс и его последователи обосновывали такую государственную политику, которая стимулировала бы совокупный спрос.

Как представляется, в определенной степени правомочны обе оценки бережливости и как порока, и добродетели. Дело в конкретной экономической ситуации и в степени бережливости. В конечном счете, речь идет об оптимальном соотношении накопления и потребления в экономике.

**Шишкин Михаил
Владиславович**

Санкт-Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

Mikhail Shishkin

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:
byssus@yandex.ru

Стремление к личной выгоде как добродетель: легитимизация homo Economicus в ранней политической ЭКОНОМИИ

The Pursuit to Personal Enrichment as a Virtue: Legitimization of Homo Economicus in Early Political Economy

**Шишкина
Татьяна
Михайловна**

Санкт-Петербургский
государственный
университет,
Санкт-Петербург,
Россия

Tatiana Shishkina

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:
shishkinatatianam@
gmail.com

Экономическая теория в период своего становления широко оперировала категориями культуры, этики и морали и, в этом смысле, была активным инструментом для преобразования общественного отношения к тем или иным актам экономического поведения. Так, на примере эпохи зарождения классической политэкономии, мы наблюдаем значительное изменение в восприятии обществом идеи достижения личной выгоды не только как цели экономической деятельности, но и как добродетельного или по крайней мере не греховного акта.

На протяжении Средневековья стремление к личной выгоде расценивалось как недобродетельный акт и свидетельство алчности. Так, показательным является судебный процесс 1639 года против Р. Кейна, обвиненного в получении прибыли более 6 пенсов с одного шиллинга. На последовавшей за процессом воскресной проповеди главный священник Бостона публично осудил такие принципы торговли, как, например, возможность самостоятельно устанавливать цену.¹

Однако по мере развития торговли и накопления капитала общество столкнулось с необходимостью интеграции новой модели поведения в морально-этическую картину мира и смягчения негативного отношения к капиталистической деятельности. В этот период успешное купечество предпринимает попытки осмысления экономической практики и государственной политики — развивается меркантилизм. Окончательно же утверждается апологетика стремления к личной выгоде в трудах Адама Смита. В частности, он замечает, что «каждый человек живет обменом или становится в известной мере торговцем».² Эгоизм и признание личного обогащения как цели деятельности в рамках классической школы получают не только полное оправдание, но и естественно интегрируют-

1. Хайлбронер Р. Философы от мира сего, М.: КоЛибри, 2008. С. 25

2. Классика экономической мысли, М.: ЭКСМО, 2000. С. 94

ся в картину мира, примиряя этический код с необходимостью экономических агентов оставаться в рамках своей культуры. Очевидно, что стремление индивида успешно соответствовать установленным нормам морали не может бесконечно отодвигаться в пользу жажды обогащения и, таким образом, признание учения Смита характеризует пересмотр этической парадигмы общества, необходимость которого назревала по мере накопления капитала и развития торговой и производственной деятельности.

Этот один конкретный пример является одним из многих случаев, в которых экономическая теория выступала инструментом легитимизации института, по тем или иным причинам отстоящего от основного этического кода социума. Подобно тому, как традиции и верования наделяют экономическую деятельность смыслом и символическим значением, обеспечивая осуществление экономических актов посредством, например, неформальных институтов, так и сама экономическая теория является мощнейшим инструментом риторики и способна формировать и корректировать оценку экономического действия как добродетельного или порочного.

Доверие — добродетель или порок? Trust — The Virtues or Vices?

**Шмаков
Александр
Викторович**

Новосибирский
государственный
технический
университет,
Новосибирск,
Россия

**Aleksandr
Shmakov**

Novosibirsk State
Technical University,
Novosibirsk,
Russia

e-mail:
a.shmakov@mail.ru

Развитие концепции социального капитала привело к признанию в качестве факторов производства ряда психологических феноменов, к числу которых относится «доверие». В основной массе работ «доверие» рассматривается как исключительно позитивный феномен, а «недоверие» и «оппортунизм» — как однозначно негативные. Согласно данным исследованиям доверие инициирует кооперативные отношения, сотрудничество, согласие, взаимопомощь, что приводит к снижению транзакционных издержек и способствует росту благосостояния. Недоверие, напротив, приводит к росту транзакционных издержек.

Вопреки сложившимся представлениям следует указать на неоднозначность связи между уровнем доверия и экономическим благосостоянием. Избыточно высокий уровень доверия может приводить к негативным последствиям, основным из которых являются потери в результате злоупотребления доверием. В условиях доминирования поведенческой модели оппортунизма неоправданное доверие может стать значимым источником роста транзакционных издержек. В данных условиях недоверие является эффективным механизмом защиты против оппортунистического поведения. Следовательно, умеренное недоверие оказывает позитивное воздействие, а к росту благосостояния ведет не максимальный уровень доверия, а оптимальное сочетание доверия и недоверия.

Доверие — важный фактор, определяющий успешность экономических взаимоотношений. Взаимодействие экономических агентов в условиях несовершенства информации и аналитических способностей приводит к возникновению неопределенности и риска. Стороны сделки не способны осуществить надежное прогнозирование результатов взаимодействия, а следовательно, не могут вступить в экономические отношения, основываясь только лишь на объективных данных и экономических расчетах. Оценки приобретают вероятностный характер, а в механизм принятия решений встраивается фактор доверия, влияющий на субъективную оценку вероятности благоприятного исхода.

Рост степени доверия увеличивает как выгоды при выполнении обязательств, так и потери при нарушении доверия. Снижение степени доверия, напротив, снижает потери при нарушении доверия, но и приводит к меньшей прибыли, если доверие оправдано. Поэтому как излишняя, так и недостаточная степени

доверия могут быть связаны со снижением эффективности. Проведенные нами социально-экономические эксперименты, направленные на оценку воздействия уровня доверия на эффективность, демонстрируют, что при общей позитивной оценке воздействия фактора доверия, наблюдается отрицательное воздействие избыточного доверия. Оптимальным следует считать уровень доверия, при котором разница между ожидаемой выгодой и издержками от действий, связанных с доверием, достигает максимума.

Процесс воздействия на уровень доверия в обществе основывается на понимании влияния трех групп факторов доверия: личностных, социально-культурных и когнитивных. Минимально-необходимая для социального взаимодействия склонность к доверию заложена на генетическом уровне. Затем склонность к доверию развивается в процессе социального взаимодействия: воспитания, обучения, формирования жизненного опыта. В результате формируется личность с индивидуальными характеристиками доверчивости. Влияние личностных характеристик на поведенческие признаки опосредуется социально-культурными факторами: культура, история предшествовавшего развития, морально-нравственные нормы, правила поведения и т. д. В любом обществе формируется определенная культура доверия — исторически сформированные установки, нормы, ценности, воспроизводимая в социальных практиках структура отношений. Проживание в заданной социально-культурной среде оказывает влияние на склонность людей к доверию. И наконец, воздействие когнитивных факторов на процессы доверия обусловлено склонностью людей верить в свою способность влиять на события. Соответственно на уровень доверия начинают влиять оценки, установки и ожидания индивидов. Любая из групп факторов доверия может быть подвергнута воздействию со стороны государства с целью формирования оптимального уровня доверия.

Таким образом, «доверие» является благом только до тех пор, пока его уровень не превышает определенного пограничного значения, после которого «доверие» превращается в «доверчивость» и становится отрицательным качеством, духовным недостатком, приводящим к снижению уровня общественного благосостояния. Институциональная политика государства должна способствовать сближению фактического и оптимального уровней доверия.

Принцип невзаимности

The Non-reciprocity Principle

Herland Michel

Université des
Antilles, France

e-mail:
michelherland@
gmail.com

To be living without doing any work, is it to be living at the expense of somebody else? The answer is yes without doubt but is it necessarily the case that such a situation would be inevitably unjust? We are indeed used to live in a world of reciprocity. As a rule, the non-working people belong to the three following classes: children who prepare themselves to work when they will grown-up; the elderly who won already the right to rest; the unemployed who are ready to work as soon as they find a job.

Nevertheless, in many cases reciprocity is not so obvious. In which sense is it just to inherit the wealth accumulated by one's ancestors? Does a person with very high income give back to society as much as she receives? Etc. Besides, in judicial matters, the rule is far from the strict reciprocity, which would amount to the **lex talionis** of an eye for an eye, a tooth for a tooth.

Some philosophies stand against the reciprocity principle. Authentic charity, according to Christianity, equals selfless love of one's fellow human being. One does not expect gratitude nor the supreme reward which would be a seat in paradise at the Father's right. The charitable person forgives the offense without asking for apologies. Another example: The philosopher Philippe Van Parijs calls "real freedom" the right for anybody to live without working. This right corresponds specifically to his definitions of goodness **and** of justice.

All these exceptions of reciprocity in facts as well as principles prevent us to condemn non-reciprocity without further inquiry.

Our paper will be devoted to that inquiry.

Переосмысливая неоконченную историю сексуальности Мишеля Фуко: исповедание грехов

Revisiting Michel Foucault's Uncompleted History of Sexuality: Confession of Sins

Michel Foucault's last project was his history of sexuality. From an economic point of view, this appears as a history that generated the conditions for the birth of new type of government: by incentives rather than by prohibitions.

Foucault's problem was, in other words, what made it possible that societies learned to make use of self-interest and desire in the governing of individuals? In Foucault's mind, this type of governing is something radically other than the juridical type of governing that requires obedience to the law. Assuming that the modern separation of economic governing from juridical rule is an end-result of a long history, Foucault attempted to retrace its steps through a thin thread of one single practice. This was about the movements and shifts that took place in the development of the Christian confession of sins.

His idea seems to have been that this genealogy produced, cultivated and modulated sinful desire into a specific element of governability, and this was later employed in order to subject political societies to the logic of the market. I will present a sketch of this genealogy that spans over the centuries between early Christian communities and Renaissance, focusing especially on the role played by juridical forms in the process.

Samuli Hurri

University of Helsinki,
Helsinki, Finland

e-mail:

samuli.hurri@helsinki.fi

Прочность алкогольной политики в России: экономическая оценка Robust Alcohol Policy in Russia

Jim Leitzel

University of Chicago,
Chicago, USA

e-mail:

j-leitzel@uchicago.edu

Alcohol consumption is associated with externalities — through drunk driving deaths and violent encounters, for instance — as well as negative effects suffered by drinkers themselves. The usual prescription for promoting social wellbeing in the face of externalities is to use regulations, including taxes, to force decision makers to confront the full social costs of their choices, to “internalize” the externalities. For harms to those (adult) users themselves, a standard economics approach would be to consider whether drinkers are rational and informed about the consequences stemming from their alcohol-related decisions. The rational component of drinking, under this approach, offers little rationale for coercive policies aimed at stemming alcohol consumption. Irrational drinking, or perhaps drinking undertaken by those suffering from present bias or the “disease” of alcoholism, however, would be fit subjects for social intervention.

The “first best” policy of leaving rational drinking unfettered, while attempting to dissuade potentially irrational choices, is not available in practice. How can society judge which drinking (or abstinence) decisions are rational, and which are the product of misled or ailing reasoning? How can an individual drinker herself tell when her drinking choices shift from being fully considered to being the product of addiction-induced compulsion? The inherent unknowability of the extent of rationality in drinking decisions suggests that a second-best approach will be robust, in the sense that the policy regime will work fairly well when drinkers are fully rational, and also will do a creditable job of serving social wellbeing when alcohol-related choices are marked by substantial amounts of addicted or disordered reasoning. The sorts of policies that form components of a robust regime tend to create barriers to “excessive” drinking or the development of alcohol addiction, while doing so in ways that do not impose large costs upon rational imbibers.

This paper compares Russian alcohol policies with such a robustness standard. Issues that receive attention include stronger policy differentiation between fermented and distilled beverages, as well as the extent to which voluntary commitments to limit or eliminate alcohol consumption can be supported by public policy.

Экономика Той: экономика празднования в Кыргызстане

Toi Economy: Economics of Festivity in Kyrgyzstan

“Toi” is the feast or communal gathering to celebrate some event or several events. It is a common part of “ritual economy” in Central Asia, particularly Kyrgyzstan. People in the country tend to invite 150–200 people for the wedding and around hundred people for other events like birth of a child and his first birthday, circumcision ceremony, purchase of new house, and other (“Life in Kyrgyzstan” survey, 2011). Funerals also collect about hundreds of people, and sometimes the number of visitors reach thousand of guests (“Life in Kyrgyzstan” survey, 2011). All these events contribute to demonstrative consumption of population and affect restaurant and entertainment industry, as well as cattle breeding.

It is not just a matter of celebrating different events and holidays, “toi” often serves as a way of strengthening social ties and demonstrating the success and financial well-being of the host. Big celebration is a source of prestige for households in a Kyrgyz society built on family ties and tribal community. If individuals belong to more prestigious social class or live in richer community, the spending for different types of festivities become even bigger. It happens due to several reasons: 1) more expensive gifts or greater amounts of money given to hosts of celebrations that are visited and 2) more pompous and costly celebrations that are held.

The first work that uses term “toi economy” was done in 2010 by Igor Rubinov.

“Migration, development, and the “toi economy” cultural integration of remittances in Northern Kyrgyzstan” has analyzed how cultural traditions and social networks are related to migration and spending of remittances. Rubinov has noted that migrant having households benefit from symbolic capital and networking. While symbolic capital is expressed in terms of prestige and praise, networking helps households to get connections to works abroad and ask for other favors (Rubinov 2010). Although it is one of a few economic works done on the topic, it does not fully answer to question why people in Kyrgyzstan spend huge amounts on celebrations. He focuses on migrant having households only, and does not cover rich “favor making” families or families with no migrants.

Theoretically, each household’s utility function depends on its earnings relative to average earnings in its social circle, wealth status relative to its social circle, consumption (including celebrations expenditures). The greater is the average consumption in the community, the greater is the individual household consumption.

**Akylai
Muktarbek kyzy**

American University
of Central Asia,
Bishkek, Kyrgyz
Republic

e-mail:
akylay@gmail.com

In Kyrgyzstan, no feast can be organized without “beshbarmak”: national dish of diced boiled meat with noodles, accompanied with additionally served large pieces of meat. At the same time, beshbarmak takes a huge part of total expenses for the event. For example, one sheep can be served up to 12 guests only, because it has twelve different “honorable” pieces. Which means that for an average number of guests that is 65, sheep are not enough anymore and at least one calf is needed (and its average market price is 15000 soms or 320 USD).

Other part of ritual life and ritual economy in Kyrgyzstan is bride kidnapping. Customs require then payment of “kalym” (monetary amount paid for a bride to her relatives), which also contributes to the overall expenses for wedding ceremony (and actually makes big part of it). The size of kalym differs according to the region where the families of bride and groom come from, their social status, and personal characteristics of the couple. According to the LIK, the size of kalym paid in Kyrgyzstan was up to 800000 soms (17021 USD — very rare case), averaged at 36876 soms for one bride (785 USD).

Overall, it seems that the sizes of feast economy are just increasing over time (it is illustrated by LIK 2010, 2011, and 2012 numbers). Different rituals and celebrations are part of any Kyrgyz family’s life, and probably they will keep their importance at least in the nearest future. They serve to keep ties with close people, keep up with traditions, “show off” and prove that the family is not worse than others, to demonstrate increased economic status and success, and finally, just to demonstrate the honor (according to LIK data). More detailed analysis of why families spend so much money on festivities and it affects the overall economy is needed.

Источники

1. “Life in Kyrgyzstan” survey (2009–2012) conducted under the “Economic Transformation, Household Behavior and Well-Being in Central Asia: The Case of Kyrgyzstan” by the German Institute for Economic Research (DIW Berlin) in collaboration with Humboldt-University of Berlin, the Center for Social and Economic Research in Kyrgyzstan, and the American University of Central Asia (www.diw.de/kyrgyzstan)
2. National Statistical Office of Kyrgyz Republic (www.stat.kg)
3. **Reeves M.** Black Work, Green Money: Remittances, Ritual, and Domestic Economies in Southern Kyrgyzstan // *Slavic Review*. 2012. 71 (1). Pp. 108–134.
4. **Rubinov I.** Migration, Development, and the ‘Toi Economy’: cultural integration of remittances in Northern Kyrgyzstan. Report by Social Research Center, American University of Central Asia. 2010. (www.src.auca.kg/images/stories/files/Igor_Rubinov_eng.pdf)

Регулирование алкогольного рынка Кыргызстана

Alcohol market regulation in Kyrgyzstan

Alcohol overconsumption is one of the biggest problems worldwide. It is a reason for a lot of deaths and diseases among people. All these problems push governmental agencies in different countries to regulate such markets, since it really undermines the physical and moral health of the society. In Kyrgyzstan, there are also certain instruments of regulation, such as licensing or excise taxation, which are designed to take control over the market of alcohol. But here the main question arises: whether the instruments are really designed to decrease the level of consumption of such a dangerous product? According to Kyrgyzstan's statistical data, there is an increase of alcohol consumption over the past years, and it directly increases the collection of excise taxation, therefore, the main goal of Kyrgyzstan's regulation instruments has to be determined.

Gulnara Nurieva

American University
of Central Asia,
Bishkek, Kyrgyz
Republic

e-mail:

nurieva_g@auca.kg

Как налоги и торговля сформировали наш вкус: торговля вином в Англии и Франции XIX века

How Taxes and Trade Shaped Our Tastes: the Wine Trade in Nineteenth Century Britain and France

John Nye

George Mason
University, USA

e-mail:

jnye@gmu.edu

What determines national patterns of consumption? If the good in question is an alcoholic beverage, it is almost certainly the case that tax and trade policies have played large and significant roles. Consider the cases of Britain and France in the eighteenth and nineteenth centuries.

While it is certainly true that wine production is difficult in Britain and commonplace in France, relative endowment has less effect on what people buy than how the state chose to regulate these goods. Where Britain had been an enthusiastic consumer of French and Spanish wines before 1689, war and taxes in the centuries that followed confined the consumption of wine to a small, wealthy elite and limited its growth even after the coming of widespread industrialization. High taxes designed to protect British beer and colonial spirits forced France to focus on exporting ever higher quality products to the premium British market.

In Britain it became convention that the poor drank beer and the rich, wine. Conversely, France was plagued by high domestic taxes and a variety of constraints on internal trade, which kept wine production small and overly artisanal till the end of the nineteenth century. At various times trade between Bordeaux and Europe may have been easier than between the Western and Eastern parts of France. Consumption was local and marked by limited variety.

Changes in the tax laws increased efficiency but also set into motion political forces that sought to regain protection through increased regulation in the name of quality. These laws not only constrained the way the industry could evolve but have hampered France's ability to capture the modern day wine market in the twenty first century.

Влияние исторических событий на пивную отрасль Бельгии

The Effect of Historical Events on the Brewing of Beer Throughout Time: Case Study Belgium

In this presentation I explain how historical events (such as the Greek and Roman conquests, the monasteries in the Middle Ages, the border line of the Holy Roman Empire, brewer guilds, local government regulations, the French Revolution, innovations, coincidences, both World Wars, the Great Depression, the microbrewery movement, etc.) have determined what tradition of beer brewing originated in different countries in continental Europe. While focusing on larger historical events, the case study Belgium is investigated.

Eline Poelmans

The Katholieke
Universiteit Leuven,
Leuven, Belgium

e-mail:

eline.poelmans@
kuleuven.be

Влияние климатических изменений на европейский винный рынок

The Impact of Climate Change on the European Wine Market

Karl Storchmann

New York University,
New York, United
States of America

e-mail:

karl.storchmann
@nyu.edu

This presentation consists of two parts. In the first part, I employ a panel model to analyze the impact of warming on revenue, cost, subsidies and profits of grape growers in all viticultural regions within the European Union. The model draws on accountancy data of test farms from 1991 to 2012 and the results suggest that the impact of global warming will be ambiguous. While grape growers in the south and east of Europe (notably Southern Spain, Greece, Bulgaria) may lose from further warming, grape growers in the northwestern viticultural regions of Europe (e. g., Champagne, Burgundy, Germany) will benefit from climate change.

In the second part of the presentation I will focus on the German wine market and analyze how the gains from warming are distributed. In particular, will warming-induced wine price increases benefit producers and retailers? Drawing on a data set of producer and retail prices for identical German wines I find that retail prices are significantly more sensitive to temperature increases than are producer prices. Therefore, retail margins, i. e., the difference between producer and retail prices, are positively correlated with growing season temperatures, especially in higher price brackets and in warm years. On the other, retail prices are not temperature-responsive in cooler years. This suggests that retailers profit from global warming more than producers do. While enjoying higher prices and margins for wines from warmer vintages, retailers do not decrease the prices for wines from cooler vintages.

Адам Смит и алчность как чувство Adam Smith and Greed as a Sentiment

I will argue in this paper that the third earl of Shaftesbury (1671–1713) influenced Adam Smith's notion of greed. In *The Theory of Moral Sentiments* (1759), Smith (1723–1790) took his whole theory of sentiments from Shaftesbury's utilitarian philosophy, of course. Greed was a sentiment.

It was therefore not subject to voluntary restraint because, as Shaftesbury said, sentiment was impulse rooted in the four humors. Smith's famous “invisible hand” was a corollary concept: the invisible hand was an involuntary natural restraint on an involuntary natural sentiment.

John Taylor

St. Petersburg
State University,
St. Petersburg,
Russia

e-mail:

john_taylor84@post.
harvard.edu

Номинальное запрещение алкоголя в Миссисипи (1908–1966)

“In Name Only” Alcohol Prohibition in Mississippi (1908–1966)

Richard White

University of
Alabama in
Huntsville, United
States of America

e-mail:
rw0001@uah.edu

Mississippi selected state-wide alcohol prohibition in 1908. In 1918, Mississippi was the 1st to ratify the 18th Amendment only 20 days after it passed the US House of Representatives. One important aspect of the 18th Amendment is that it outlawed the manufacture, sale, or transportation of intoxicating liquors, but not the actual consumption of the alcohol. In 1933, the state did not pass a referendum to call for a convention to ratify the 21st Amendment (Repeal of the 18th Amendment). To this day Mississippi has not ratified the 21st Amendment. It would take an additional 33 years before the Mississippi Legislature approved county-wide local option elections to allow the individual counties to legalize alcohol sales.

Just because Mississippi voted itself prohibition did not mean that alcohol was not being consumed. An article in the American Bottler Vol. 31 January 15, 1911 describes the existence of a “whiskey fleet” on the Mississippi River. This fleet would steam up and down the river, and then would anchor in midstream for customers to come out for purchases. After 1933, there was a well-known saying in Mississippi **“The dries have their law, the wets have their whisky and the state gets its taxes.”** During World War II, Mississippi passed the Black Market Tax Law of 1944. The law called for a 10% tax on “black market” items to be collected by the State Tax Collector. While the state made some allowances for the sale of 3.2% (Alcohol by Weight) beer in 1945, liquor and wine sales continued to be illegal. In 1960, a Vicksburg, Mississippi bootlegger refused to pay a Baton Rouge, Louisiana wholesaler for his \$100,000 shipment. The Mississippi Supreme Court ruled in the bootlegger's favor by stating that the debt was illegal and could not be collected.

Future Governor William Winter was elected to State Tax Collector in 1956. Mr. Winter brought a new level of efficiency to the collection of the Black Market tax. His innovation was to have the Louisiana state government send him copies of all the invoices of shipments to Mississippi. Since the State Tax Collector received a 10% reimbursement for the collection of the “black market” tax, in 1961 Mr. Winter was able to earn \$145,000 before expenses and the Governor of Mississippi earned \$25,000.

In February 1966, the sheriff of Hinds County raided the annual Junior League Mardi Gras ball at the Jackson Country Club. The Associated Press reported that the “Tuxedo-clad Gov. Paul B Johnson Jr. and the cream of Mississippi society watched helplessly as sheriffs removed cases of illegal liquor from the club”. After this raid, the Legislature quickly created a bill to install a system of local option legalization and repeal the nation’s last statewide law prohibiting the sale of wine and liquor.

ЭКОНОМИКА ПОРОКОВ И ДОБРОДЕТЕЛЕЙ

Принимая предположение о рациональности экономических агентов в качестве отправной точки для анализа, экономисты тем не менее не могут позволить себе проигнорировать тот факт, что рациональный выбор в любом случае производится в рамках определенных верований, ценностей и моделей поведения. Некоторые из этих моделей поведения традиционно расцениваются в качестве добродетелей, а некоторые — в качестве страстей и пороков, причем в разных культурах и субкультурах интерпретации могут различаться.

Актуальны ли такого рода оценки для экономической науки и экономической политики? Чтобы понять это, мы предлагаем для обсуждения (с точки зрения культуры и экономики) такие явления, как пристрастия и привычки в потреблении некоторых продуктов, специфику политических решений в таких случаях, проблемы интерпретации потребительских пристрастий и привычек в культуре и социальных науках, а также проблему запретов. В этом смысле мы возвращаемся к обсуждению провокационного тезиса Бернара де Мандевиля из его «Басни о пчелах» (1714) о том, что частные пороки, как правило, оборачиваются благом для общества.

На обсуждение в рамках конференции выносятся такие темы, как:

- Добродетели и пороки: критерии и толкования;
- Экономика и культура производства и потребления алкоголя (пиво, вино и крепкие спиртные напитки);
- Экономическая наука о добродетелях и пороках;
- Формирование привязанностей и зависимостей как бизнес-стратегия;
- Преодоление привязанностей и зависимостей в качестве цели государственной политики;
- Экономика запретов, движение за воздержание и государственная политика;
- Экономика курения / азартных игр / интернет-зависимости;
- «Зеленый образ жизни» — добродетель или порок?

Особой темой для обсуждения станет рассмотрение различных аспектов экономики, истории и культуры производства, потребления и регулирования алкоголя. Приглашаем экономистов, социологов, антропологов, историков и ученых других сфер в области социальных и гуманитарных наук для диалога.

Языки конференции: английский и русский

Организационный комитет: Алексей Кудрин (СПбГУ), Данила Расков (СПбГУ), Элин Поэльманс (Католический университет Левена, Beeronomics), Дейдра Макклоски (Университет Иллинойса в Чикаго), Денис Кадочников (СПбГУ), Александр Погребняк (СПбГУ), Виктор Рязанов (СПбГУ), Александр Немцов (МНИИ психиатрии), Владимир Игнатьев (НГТУ), Александр Скоробогатов (НИУ ВШЭ)

ECONOMICS OF VICES AND VIRTUES

While accepting the assumption about the rationality of economic agents as a starting point of analysis, economists still cannot afford to ignore that rational choice in any case is made within a framework of specific beliefs, values and behavioral patterns. Some of these behavioral patterns are traditionally considered to represent virtues, and some — passions and vices, and in different cultures and subcultures the interpretation may vary.

Is this kind of assessment relevant for economic science and economic policy? In order to understand this, we propose to discuss (from the point of view of economics and culture) such phenomena as addictions and habits in consumption of certain products, the specifics of policy — making in such cases, problems of interpretation of consumer addictions and habits in culture and social science, as well as the problem of prohibitions.

This topic is supposed to come back to the discussion of the provocative thesis of Bernard de Mandeville in his «The Fable of the Bees» (1714) that the private vices tend to form the public benefit.

The Conference topics will include:

- Virtues and Vices: criteria and interpretations;
- Economy and culture of production and consumption of alcohol (beer, wine and strong spirits);
- Economics on Virtues and Vices;
- Formation of attachments and addictions, as a business strategy;
- Overcoming attachments and addictions, as a state policy target;
- Economics of prohibitions, Temperance movements and Public Policy;
- Economy and culture of smoking / of gambling / of Internet addiction;
- “Green lifestyle” — the Virtues or Vices?

The specific issues to be discussed will be the examination of the different aspects of the economics, historical facts and culture of alcohol production, consumption and regulation. We invite economists, sociologists, anthropologists, historians and the scholars from other spheres in the social sciences and humanities for the dialogue.

Conference languages: English and Russian

Organizing Committee: Aleksei Kudrin (SPbSU), Danila Raskov (SPbSU), Eline Poelmans (Catholic University Leuven, Beeronomics Society), Deirdre McCloskey (University of Illinois at Chicago), Denis Kadochnikov (SPbSU), Alexander Pogrebnyak (SPbSU), Viktor Rjazanov (SPbSU), Alexander Nemtsov (Moscow Research Institute of Psychiatry), Vladimir Ignatiev (Novosibirsk State Technical University), Alexander Skorobogatov (Higher School of Economics)

Smolny

Санкт-Петербургский
государственный университет
Bard College

Факультет
свободных
искусств и наук

ФАКУЛЬТЕТ СВОБОДНЫХ ИСКУССТВ И НАУК СПбГУ

Факультет свободных искусств и наук Санкт-Петербургского государственного университета (СПбГУ) реализует первую в России образовательную программу, основанную на принципах либерального образования. Созданная в 1997 году СПбГУ и Бард-колледжем (*Bard College*) (США) программа, ранее называвшаяся «Смольный институт свободных искусств и наук», на сегодняшний день объединяет около 500 студентов из России и разных стран мира и более 100 высококвалифицированных преподавателей. Программа является одним из наиболее долгосрочных и эффективных проектов в истории российско-американского академического сотрудничества. Ее выпускники получают два диплома — СПбГУ и Бард-колледжа. Факультет, образованный в 2011 году на базе Смольного института, возглавляет профессор Алексей Леонидович Кудрин, широко известный экономист и государственный деятель (<http://artesliberales.spbu.ru/>).

THE FACULTY OF LIBERAL ARTS AND SCIENCES OF ST. PETERSBURG STATE UNIVERSITY

The Faculty of Liberal Arts and Sciences of St. Petersburg State University is the first educational program in Russia based upon the principles of liberal education. Established in 1997 by St. Petersburg State University and Bard College (USA) the program, earlier known as Smolny College of Liberal Arts and Sciences, currently brings together about 500 students from Russia and other countries and more than 100 high-skilled faculty members. The program is one of the longest-lasting and the most effective projects in the history of Russia—US academic cooperation. The graduates are awarded two diplomas— those from St. Petersburg State University and from Bard College. The Faculty, founded in 2011 on the basis of Smolny College, is currently headed by Aleksei Kudrin, wellknown economist and statesman (<http://artesliberales.spbu.ru/>).

